Istoria comunicării

Cuprins

Introducere: Întrebări incomode în debutul unei cercetări istorice
Curs 1: Gabriel Tarde şi Ferdinand Tönnies
Curs 2: Polemica dintre John Dewey şi Walter Lippmann, o polemică întemeietoare pentru studiul comunicării
Curs 3: Şcoala de la Chicago. Plasarea comunicării în inima proceselor sociologice
Curs 4: Cercetarea efectelor – contribuția americană cea mai importantă la studiul comunicării
Curs 5: Şcoala de la Frankfurt : efectele ideologice manipulative ale mass media
Curs 6: Şcoala de la Toronto. Contribuțiile lui Innis şi McLuhan
Curs 7: Studiile culturale britanice
Curs 8: Şcoala de la Palo Alto
Curs 9: Şcoala semiotică

Introducere
Întrebări incomode în debutul unei cercetări istorice

Ultimii ani au consemnat publicarea unei adevarate serii de istorii ale comunicării. Istorii biografice – E. Rogers (1994), E. Rogers şi S. Chaffee (1997) sau istorii intelectuale – H. Hardt (1992), D. Ross (1991), D. Schiller (1996), J. D. Peters (1999). Istoriile nu apar din senin. Ele dau glas unor acumulări în evoluția unui domeniu care necesită ordonări şi sistematizări. Sau realizează starea disciplinei şi exprimă o insatisfacție, o nemulțumire față de elaborările de până atunci, poate chiar un protest.

Încă un fapt, cu o semnificație aparte pentru tema de față. Prestigioasa revistă *Journal of Communication* consacră două numere speciale, intitulate "Ferment in the Field" şi "The future of the field", problemelor legate de evoluția comunicării. 48 de cercetători în două numere apărute la 10 ani distanță, în 1983 şi 1993, dezbat această temă, semn că cercetarea comunicării este confruntată cu probleme reale, că tema evoluțiilor viitoare preocupă, că domeniul ca atare al comunicării traversează un moment aparte. Cele două numere ale revistei *Journal of Communication* de care am amintit, istoriile publicate recent, studiile apărute în pregătirea unor posibile istorii ale comunicării, dovedesc un tumult, o febră aparte, chiar o „criză". Există o insatisfacție, care nu poate fi disimulată, în legătură cu evoluția studiului comunicării. Există o nemulțumire din ce în ce mai vizibilă privind modul cum sunt elaborate istoriile comunicării, reprezentate diverse orientări, autori, interpretări apărute pe sol american sau european.

Volumul de față este o primă concretizare a unui efort comun în vederea realizării unei proiectate istorii a comunicării. El se focalizează doar pe anumite şcoli sau autori şi are, în mod firesc am spune, o sferă de cuprindere limitată. Nu este greşit ca lucrarea de față să fie privită şi ca un exercițiu necesar, ca un moment de autoclarificare în vederea elaborării unei istorii cât mai cuprinzătoare a comunicării. Un asemenea statut nu ne exonerează de obligația unor considerații privind problemele delicate pe care le implică un asemenea demers de cercetare.

Contribuții geografice, contribuții intelectuale

Când simțim nevoia să scriem istoria unui domeniu? Evident, nu putem face acest lucru decât după ce disciplina respectivă parcurge o perioadă de acumulări care o consacră drept domeniu de cercetare ştiințifică, având o identitate nu doar probată, ci şi recunoscută. O disciplină de cercetare nu-şi începe existența cu propria istorie. Ea îşi precizează mai întâi obiectul de studiu, se delimitează de domeniile învecinate, din care s-a desprins, dar cu care prezintă încă numeroase interferențe, se fundamentează din punct de vedere metodologic, îşi elaborează conceptele de bază care îi definesc câmpul teoretic, descoperă noi filoane de investigat. Încep cercetările de pionierat, apar descoperirile care fixează corelații, paradigme, aserțiuni fundamentale pentru domeniul respectiv. Nimeni nu se gândeşte la istoria domeniului, deşi face, construieşte istoria sa efectivă. De-abia după un timp, când s-au acumulat suficiente cercetări, date, abordări, lucrări, apar şi primele impulsuri de a scrie „istoria domeniului". Cum nu suntem departe de începuturi, cum „întemeietorii" fie trăiesc, fie sunt foarte prezenți în memoria primei generații de urmaşi, istoria de început este, îndeobşte, una „eroică". O istorie glorioasă care înfățişează „cuceririle" disciplinei, care prezintă în culori vii „fondatorii", care fixează într-o manieră evident supraevaluată achizițiile teoretice de până atunci.

Este limpede că un domeniu de studiu, mai ales când este vorba despre un domeniu socio-uman, nu are şi nu poate avea o singură istorie. El dispune de mai multe „istorii", scrise în momente de timp diferite, care îmbrățişează perspective diferite. De aceea, întrebarea „când simțim nevoia să scriem istoria unui domeniu?" ar trebui reformulată: „dar ce fel de istorie avem în vedere?". O istorie „eroică" în care cercetarea să se concentreze pe „fondatori", pe lucrurile mai spectaculoase în devenirea domeniului? O asemenea istorie îşi are locul ei. Dă aripi, cultivă încrederea, supradimensionează merite reale pentru a sugera că disciplina are viitor, că beneficiază de fundamente solide. Adesea, un asemenea demers este puțin edulcorat, ceea ce accentuează caracterul de moment excepțional, de perioadă spectaculoasă. Spiritul critic într-un asemenea demers este puțin prezent, pentru că menirea lui este să arate că avem de-a face cu o disciplină care s-a impus, care are mari perspective de afirmare şi, prin urmare, merită o prezentare a evoluției sale în timp.

Istoria biografică scrisă de Everett Rogers (1994) reflectă multe asemenea tendințe. Atât de mult a prins istoria propusă de Rogers, încât ea a împrumutat numele unei orientări în istoria studiului comunicării, „istoria biografică". Ea este, de fapt, un alt nume pentru ceea ce literatura

de specialitate numeşte „istoria standard" a studiului comunicării. Este orientarea pusă în discuție cu insistență în ultimii ani de către adepții gândirii critice. Ce i se reproşează acestei istorii? Că este un demers care a introdus o serie de fracturi în examinarea evoluției studiului comunicării, cea dintre istoria biografică şi critică, dintre diferite contribuții americane la studiul comunicării, dintre contribuțiile americane şi cele europene.

Din chiar primele tentative de a scrie istoria domeniului se produc o serie de fracturi şi se propune o "istorie standard", o istorie axată în principal pe orientarea empirică – principala contribuție americană la studiul comunicării, direcționând cercetarea de profil către examinarea efectelor. S-a produs nu numai o exagerare, ci s-au instituit fracturi contraproductive pentru alte şcoli şi orientări în acest domeniu. Nu este, cum s-ar putea crede, o exagerare a unei creații americane în defavoarea unor contribuții provenite din alte orizonturi culturale şi geografice. Exagerarea de care am vorbit are loc inclusiv pe seama unor şcoli şi autori americani de alte orientări, cum ar fi Şcoala de la Chicago, interacționismul simbolic, determinismul tehnologic etc. Este o deformare care ia naştere prin amplificarea virtuților profesionale propriu-zise, printr-un anume tip de absolutizare a viziunii, a paradigmei promovate de orientarea empirică. De aceea, ea are în substanța sa o aromă ideologică.

La începutul anilor '50, într-o primă tentativă de ordonare a contribuțiilor istorice la analiza comunicării, W. Schramm affirmă tranşant: "In anii '30 şi '40 au apărut patru giganți adevărați proveniți din ştiințele sociale ca specialişti în comunicarea umană. Adolf Hitler – nu îi mulțumim, pentru că a făcut-o fără să-şi dea seama – ne-a dat doi dintre ei: Paul Lazarsfeld şi Kurt Lewin. Robert Maynard Hutchins* – nu îi mulțumim, pentru că nu a întrezărit o astfel de contribuție, ni l-a dat pe cel de-al treilea, Harold Lasswell. Iar armata SUA, probabil chiar spre propria surprindere, ni l-a dat pe cel de-al patrulea, luând pe cel mai talentat psiholog experimental din țară şi dându-i în timpul războiului responsabilități care l-au făcut să-şi consacre tot restul vieții studiului comunicării. Acesta este Carl Hovland*"* (Schramm, 1953/1996).

Cercetător fără îndoială de cuprindere, autorul american îşi dă seama că a fixa patru „înaintaşi" este un lucru riscant. De ce nu cinci şi de ce nu trei? Şi dacă vorbim de înaintaşi, atunci R. E. Park ar merita cu prisosință să figureze în acest grup, întrucât reprezentantul Şcolii de la Chicago a formulat, primul, multe noțiuni-cheie din domeniul cercetării media. În plus, în lucrarea *The Immigrant Press and Its Control*, el

* rectorul Universității din Chicago; a avut o relație încordată cu Lasswell, care părăseşte, se pare din această cauză, universitatea, n. n.

iniţiază cercetări concrete, investigaţii aplicate asupra publicaţiilor cu acest profil. Cum spuneam, W. Schramm îşi dă seama de şubrezenia poziţiei iniţiale şi revine: „Lasswell, Lazarsfeld şi colegii lor, Lewin şi Hovland, au fost patru cercetători cu totul diferiţi, dar uniţi de hotărârea de a explora cauzele şi efectele comunicării. Eu i-am numit uneori înaintaşii cercetării americane a comunicării, dar acest termen nu este tocmai corect, pentru că el nedreptăţeşte generaţia Park – Sapir şi pe alţii. Totuşi, este improbabil să mai întâlnim o altă perioadă comparabilă cu aceasta, în care alte patru personalităţi să aibă o influenţă aşa de spectaculoasă în dezvoltarea studiului comunicării în SUA, în pregătirea atâtor specialişti influenţi în aceste domenii" (Schramm, 1997, 125).

A doua nuanţare intervine tot într-un domeniu sensibil, relevat cu insistenţă de reprezentanţii istoriilor intelectuale: suspendarea, într-o oarecare măsură, de către istoria biografică, a filiaţiilor puternice cu gândirea europeană. Vorbind de faptul că H. Lasswell a mers în Europa pentru a studia pshihanaliza, iar când s-a întors la Chicago a scris o serie de studii remarcabile despre Freud şi Marx, W. Schramm subliniază că va trebui „să acordăm o mai mare importanţă contribuţiilor din acea perioadă ale autorilor europeni" (Schramm, *op.cit.*, 125).

Cine dintre cei care păşesc pe acest tărâm ar putea susţine că filiaţia europeană a cercetării nu este importantă, din moment ce Şcoala de la Chicago – prima contribuţie americană consistentă şi coerentă în domeniul comunicării – s-a forjat sub influenţă europeană directă, prin tematizarea unor preocupări de pe bătrânul continent? Sub influenţă problematică şi sub influenţa nemijlocită, întruchipată de faptul că doi reprezentanţi importanţi ai ei – G.H. Mead şi R. E. Park – au studiat în Germania şi au fost înrâuriţi profund, după propria mărturisire, de opera lui W. Wundt, F. Tönnies etc? Cine ar putea contesta această influenţă, din moment ce alţi doi reprezentanţi ai generaţiei de aur a comunicării americane, cea din anii 1940 şi 1950, sunt veniţi direct din Europa? Este vorba despre Kurt Lewin, care deja era o personalitate ştiinţifică formată în momentul în care a venit în SUA (de altfel, contemporanii spun că el nu a reuşit să asimileze bine engleza, că din acest punct de vedere cursurile sale erau pigmentate cu expresii în limba germană şi cu greşeli în limba engleză); sau de Paul Lazarsfeld, „unul dintre giganţii ştiinţelor sociale, cea mai inovativă persoană pe care am cunoscut-o vreodată în domeniul cercetării" (Stanton, 1996, 121).

Considerăm că această dispută asupra izvoarelor, surselor, filiaţiilor este îndreptăţită. Nu credem că se poate scrie o istorie a domeniului fixând rădăcinile sale doar într-o arie geografică sau într-o etapă a unei evoluţii, oricât de strălucită. Cum nu am putea împărtăşi nici ideea că atunci când este vorba despre evoluţia unui domeniu, deci când accentul trebuie să cadă pe idei, descoperiri, influenţe, înrâuriri, el să fie

mutat pe localizări geografice – americane sau europene. Ceea ce nu ar reprezenta decât un triumf al unor sensibilități şi orgolii regionale, care niciodată nu fac casă bună cu ştiința propriu-zisă. Tema „contribuțiilor geografice", mai ales când este supraevaluată, ilustrează un stadiu cu totul premergător cercetării veritabile; în orice caz, menținerea discuțiilor în acest registru este un mod de a amâna dezbaterea problematicii de fond pe care o implică elaborarea unei istorii a studiului comunicării, de a menține analiza pe o direcție falsă.

Este cercetarea comunicării o ştiință americană?

Odată cu trecerea timpului, o disciplină are nevoie de toate achizițiile, nu numai de cele acumulate într-un moment unde probabil s-a purtat bătălia decisivă pentru consacrarea sa. Urmează, în ordine istorică, un alt mod, am spune tradițional, de a înfățişa evoluția unui domeniu. Acela de a prezenta, amănunțit, cât mai multe din contribuțiile şi reliefurile profesionale ale domeniului. Într-un asemenea stadiu, accentul cade nu pe influențe şi înrâuriri, ci mai ales pe ceea ce particularizează, pe granițe şi identități. Rezultă o istorie tip galerie de autori şi curente, o istorie ca o suită de monografii, un portret în care preocuparea dominantă este de a integra cât mai multe date, fapte, contribuții. Valoarea didactică a unui asemenea demers este indiscutabilă. Dar distanța față de ceea ce numim îndeobşte istoria unei discipline este considerabilă.

Comunicarea nu este singurul domeniu care cunoaşte o astfel de etapă evolutivă. Robert K. Merton semnalează că sociologia americană a consemnat şi ea, în perioada imediat postbelică, un moment asemănător cu cel pe care îl traversează acum comunicarea. Sociologul american consacră o lucrare de sine stătătoare problemelor teoretice ale sociologiei, în cadrul căreia primul capitol este intitulat semnificativ „On the history and systematics of sociological theory": „Sociologii încă împărtăşesc ideea parohială că istoria teoriei sociologice este o colecție de rezumate critice ale vechilor teorii, agrementate cu scurte biografii ale teoreticienilor majori. Ceea ce ne ajută să explicăm de ce aproape toți sociologii se consideră îndreptățiți să predea şi să scrie <<istoria>> teoriei sociologice – în definitiv, au citit operele clasice. Dar această concepție despre istoria teoriei sociologice nu este nici istorie, nici teorie sistematică, ci un hibrid improvizat" (Merton, 1949/1967, p.2).

Din punctul de vedere al progresului disciplinei, alăturarea de diverse teorii, explicații, de autori de mărimi şi cu contribuții inegale, într-o înlănțuire puțin structurată nu reprezintă neapărat un câştig teoretic. Dar o asemenea etapă de acumulări, de adâncire a analizelor parțiale are menirea de a pregăti sintezele ulterioare, de a grăbi închegarea unui

tablou reprezentativ cu echilibrele sale mari, în care totul coexistă, dar pe o bază explicativă clară. „Raţiunea unei istorii a ştiinţei este aceea de a explica de ce lucrurile s-au dezvoltat în modul în care s-au dezvoltat într-o ştiinţă sau într-un complex de ştiinţe, nu doar de a pune cap la cap, în ordine cronologică, sintezele-rezumat ale teoriilor apărute" (Merton, *op.cit.*, 3).

Este frapantă apropierea dintre judecata pe care o face R. K. Merton acum peste o jumătate de secol şi cea avansată de autorii contemporani din domeniul comunicării. Am spune că preocupările de astăzi referitoare la istoria comunicării mai au ceva suplimentar de recuperat, anume atitudinea deschisă faţă de fiecare creaţie dezvoltată în perimetrul respectivei discipline, faţă de orice fapt, de orice contribuţie semnificativă. Lipsesc sau nu sunt îndestulătoare studiile de sine stătătoare consacrate creaţiilor şi operelor majore, autorilor reprezentativi, dar lipseşte, uneori, şi disponibilitatea de a lua în consideraţie asemenea contribuţii, de a le valorifica în studii de largă amploare privind evoluţia domeniului de carte ne ocupăm. Pentru o istorie a comunicării, un astfel de efort are statutul de precondiţie.

Avem a repeta această cerinţă, mai ales că primele încercări de a reconstitui istoria domeniului de care ne ocupăm au prilejuit o exagerare şi o deformare care nu sunt nici acum în întregime depăşite. Cercetarea empirică, inaugurată în SUA în deceniul al patrulea al secolului trecut, a înscris contribuţii fondatoare la studiul riguros al comunicării. Atât de importante încât istoria comunicării nu poate fi scrisă în afara acestui capitol esenţial al ei. Numai că o serie de exegeţi au amplificat aceste merite reale până la punctul în care orientarea empirică şi evoluţia sa au ajuns să reprezinte „istoria comunicării". O exagerare alimentează uneori o exagerare şi mai mare. Pe acest fundal, Elihu Katz ne spune apodictic: „cercetarea comunicării ... este, în mod, sigur o ştiinţă americană. Ea a înflorit de-a lungul a două decenii sub influenţa părinţilor fondatori, Paul Lazarsfeld, Harold Lasswell şi Carl Hovland" (Katz, 1977, 22).

Evident că reacţia critică este şi ea exagerată, tentată să subevalueze contribuţia reală şi foarte importantă de care aminteam mai sus. Tentată, în primul rând, dintr-un motiv metodologic. O nouă şcoală de cercetare promovează un tip diferit de abordare teoretică, chiar o altă paradigmă de studiu şi analiză. Prin forţa lucrurilor, paradigma empirică apare în noul context mai puţin importantă. Un anumit tip de subevaluare este de neevitat. Tentată, în acelaşi timp, şi ca urmare a nevoii de a restabili echilibrul de ansamblu, de a repondera contribuţiile.

Vulnerabilităţile unei discipline de intersecţie

Studiul comunicării a luat naştere şi continuă să fiinţeze ca o zonă de interferenţă a disciplinelor socio-umane. Personalităţi ale sociologiei, psihologiei, ştiinţei politice, au trecut graniţele consacrate ale disciplinei respective ori au sondat fenomene, au căutat explicaţii care depăşeau obişnuinţele profesionale şi academice ale momentului. Aşa au procedat Weber, Simmel, Tarde, poate chiar Dewey, William James. Ei nu sunt specialişti în domeniul comunicării; gânditori de mare relief, ei au făcut observaţii în zona comunicării, au formulat explicaţii, au lansat chiar ipoteze demne de toată atenţia. Asemenea personalităţi de mare anvergură profesională au rămas sociologi, filosofi, psihologi.

O altă serie de specialişti în aceleaşi discipline au păşit deschis pe tărâmul comunicării, au iniţiat cercetări de sine stătătoare, folosind aparatul teoretic al disciplinelor de origine – psihologie, sociologie, ştiinţe politice. Descoperirile făcute au rămas drept achiziţii ale comunicării, chiar dacă autorii lor s-au putut retrage în perimetrul specialităţii iniţiale. Este şi cazul celor patru „părinţi fondatori" despre care vorbeşte Schramm.

Debutul anevoios al studiului comunicării nu este întâmplător; mai mult, el fixează o realitate: comunicarea este o disciplină de intersecţie. În zilele noastre, orice disciplină socială este, într-o anumită măsură, o disciplină de intersecţie; comunicarea este prin excelenţă aşa ceva. Ea nu poate trăi decât absorbind şi utilizând rezultate, dezlegări, uneori câmpuri problematice din disciplinele învecinate. Domenii ale comunicării, cum sunt comunicarea interpersonală, comunicarea de grup, pur şi simplu nu pot fi studiate în afara achiziţiilor din psihologie şi sociologie. Caracterul de disciplină de intersecţie este accentuat şi de faptul că nu şi-a construit încă o identitate bine conturată, cum este cazul celorlalte specializări socio-umane. Statutul de disciplină de sinteză, situată la confluenţa altor ştiinţe socio-umane, este generos, dar pândit de foarte multe pericole.

În primul rând, de pericolul autonomizării prin închidere, prin diminuarea legăturilor profesionale cu ştiinţele cu care se învecinează. Efortul legitim de a-şi stabili propriile graniţe, de a-şi delimita şi preciza câmpul de investigaţie, inclusiv de a dobândi legitimitate instituţională şi academică, nu ar trebui să conducă la o absolutizare a graniţelor, la o închidere a disciplinei faţă de domeniile din care s-a desprins. Nu este vorba aici de o reticenţă faţă de autonomizarea disciplinei – inclusiv în plan academic –, ci de riscul unei eventuale ecranări faţă de dinamica ştiinţifică a domeniilor înrudite, faţă de fluxul informaţiilor şi descoperilor, fără de care comunicarea nu poate trăi. „Lupta pentru independenţă" pe care comunicarea a dus-o şi va trebui să o mai ducă nu poate avea acest preţ, care i-ar obtura posibilităţile de dezvoltare şi afirmarea profesională autentică.

De confluență fiind, comunicarea nu poate să nu fie preocupată de propria identitate, de propria construcție intelectuală, care să utilizeze în beneficiu său achizițiile ştiințifice care trec printr-o intersecție. Statutul de disciplină de intersecție prezintă şi un mare avantaj, de care am vorbit, dar şi un mare dezavantaj, acela de a fi mai mult folosit de celelate discipline, de a fi un mijloc pentru alte domenii, chiar acela de a te dizolva în mulțimea fluxurilor de preocupări şi direcții pe care le poți întâlni într-o intersecție. Tocmai pentru că este o disciplină de intersecție, comunicarea trebuie să-şi facă din edificarea propriei identități obiectivul ei de existență. Ea este obligată să inițieze cercetări de anvergură, care să-i consolideze poziția în câmpul disciplinelor socio-umane. Prestigiul său este strâns legat de descoperirile care o impun, de teoriile pe care le lansează, de interpretările pe care le oferă.

Iată ce ne spune Clement So (1988) în această privință, în urma unei cercetări cantitative a notelor şi referințelor bibliografice prezente la sfârşitul articolelor publicate în 10 reviste importante de comunicare între anii 1983 şi 1985 (tipul de cercetare este cunoscut în literatura de specialitate sub denumirea de „co-citation study"). Potrivit cercetării, există câteva indicii cu privire la consolidarea treptată a comunicării ca domeniu de studiu autonom. Comparativ însă cu alte ştiințe sociale, comunicarea se află într-o stare de „subdezvoltare" şi ocupă o poziție „periferică" în câmpul cunoaşterii sociale.

Trăsăturile cele mai proeminente care caracterizează stadiul actual al studiului comunicării se referă la faptul că nu există schimburi de cunoştințe în primul rând între subdomeniile comunicării şi între comunicare şi alte discipline sociale. Cu privire la primul aspect, autorul surprinde un fapt semnificativ: revistele de comunicare cu aceeaşi orientare tematică se citează frecvent între ele, dar foarte rar citează studii, articolele dintr-o revistă tot de comunicare, dar cu o orientare diferită. De pildă, o revistă care publică mai ales studii empirice despre comunicarea de masă citează foarte puține articole dintr-o revistă care se axează mai ales pe comunicarea interpersonală. Asemenea „ziduri despărțitoare" nu favorizează sesizarea noutăților din domeniu şi nu stimulează în nici un fel evoluția cunoaşterii.

În ceea ce priveşte schimbul interdisciplinar, comunicarea continuă să împrumute masiv mai ales din psihologie şi sociologie, tot aşa cum se întâmplau lucrurile la începuturile disciplinei; problema este că schimbul nu este reciproc, comunicarea nereuşind încă să „exporte" din achizițiile sale teoretice sau metodologice. Revistele de comunicare cele mai importante în acel moment – *Human Commmunication Research, Communication Monographs, Communication Research, Journal of Communication* – sunt puternic dependente de surse exterioare domeniului, iar observațiile şi concluziile articolelor publicate în revistele

menționate nu sunt preluate de reviste din domeniile înrudite. În afară de referirile la articole publicate tot în reviste de comunicare, toate cele 10 reviste analizate citează surse din psihologie, sociologie, economie şi ştiințe politice. Articolele despre comunicarea interpersonală manifestă o dependență de sursele din psihologie, iar cele despre comunicarea de masă de cele din sociologie, economie, ştiințe politice. În plus, analiza referințelor bibliografice indică absența unei reviste de comunicare dominante, care să cristalizeze preocupările domeniului şi apoi să le exporte către alte discipline.

Cu alte cuvinte, nu există comunicare între subdomeniile comunicării şi există un schimb preponderent unidirecțional între comunicare şi alte discipline înrudite. Într-un clasament al principalelor domenii de cercetare, realizat pe baza unui „indicator" sugestiv, anume exportul de concepte către domeniile înrudite, comunicarea ocupă ultimul loc, în timp ce psihologia, psihiatria şi economia sunt cele mai proeminente, urmate de sociologie.

O posibilă istorie trebuie să țină seama de această caracteristică de bază a comunicării de a fi disciplină de intersecție. Intersecțiile sunt, îndeobște, traversate de curenți puternici, care nu favorizează înălțarea unor construcții robuste. Cu atât mai mare trebuie să fie efortul din partea specialiştilor în comunicare de a trăi din schimb profesional şi, în acelaşi timp, de a asigura disciplinei pe care o servesc propriul dinamism, în măsură să o impună.

Un tablou al contribuțiilor sau o istorie a acestora?

Dificultatea de a scrie o istorie a comunicării provine şi dintr-o altă situație particulară. În domeniul studiului comunicării nu avem filiații de idei clare, precum în alte discipline. Un curent de idei, o orientare în domeniul filozofiei, criticii literare iau naştere, în principal, ca o reacție la o orientare anterioară. Prin urmare, ele nu pot fi bine înțelese decât în legătură cu orientarea prin raportare la care s-au constituit. Iar evoluția domeniului ca atare ne apare închegată, având o mişcare internă, o logică interioară uşor detectabilă.

În studiul comunicării, lucrurile stau diferit. Filiația nu apare aşa de pregnantă. Nu spunem că nu există filiații, înrâuriri, influențe. Filiații de la şcoală la şcoală – de pildă, Şcoala de la Palo Alto se revendică de la interacționismul simbolic. Aşa cum studiile culturale britanice preiau şi ele cea mai importantă contribuție a Şcolii de la Chicago – modelul ritual –, accentuînd noțiuni precum participare, asociere, comunitate şi împărtăşirea unor valori, credințe şi simboluri comune. Când Raymond Williams afirmă: „orice teorie adevărată a comunicării este o teorie a

comunității" (Williams, 1958, p. 313), parcă citățm din John Dewey. Cel mai adesea, punctul de plecare al marilor interpretări din evoluția studiului comunicării nu este reprezentat de orientările anterioare. Mai curând, şcoli şi orientări pornesc de la evoluția într-adevăr spectaculoasă a mijloacelor de comunicare în masă. Societatea devine preocupată de amploarea influenței exercitate de către acestea. Se inițiază cercetări privind acest impact, la solicitări exprese sau din proprie inițiativă.

De aceea, marile lucrări din domeniul comunicării ne apar mai degrabă ca nişte reliefuri puțin legate între ele, pentru că principala legătură este cu fenomenul care le-a zămislit – evoluția accelerată a comunicării de masă. Ele nu se generează una pe alta, ci toate sunt generate de această ascensiune spectaculoasă. Orientările există în mod de sine stătător, pentru că ele au apărut în încercarea de a explica fenomene, evoluții din viața reală. Lipseşte însă legătura explicită cu elaborări teoretice anterioare în domeniul comunicării. Orientările coexistă într-un tablou pestriț, fără prea multe legături şi conexiuni. Aceasta este imaginea studiului comunicării. Ca urmare, şi sinteza este greu de realizat, pentru că realitatea propriu-zisă a studiului comunicării este fragmentată.

Istoriile de până acum ale domeniului au reflectat această stare de fapt. Numai că cercetarea istorică are datoria să descopere legături şi influențe, să reliefeze filiațiile teoretice, evident acolo unde există. Numai în felul acesta putem depăşi stadiul de „galerie" şi aspira să conturăm un tablou structurat al studiului comunicării.

Dacă acceptăm punctul de vedere potrivit căruia interpretările semnificative ale studiului comunicării sunt induse, în principal, de evoluția procesului de comunicare, atunci demersul istoric trebuie să urmărească nu numai filiații, ci şi contexte, împrejurări, influențe ale epocii. Prin urmare, este foarte importantă lectura pe care cercetătorul în domeniul istoriei comunicării o face epocii, experiențelor personale ale diverşilor autori, evoluției mass media, precum şi contextului cultural de ansamblu.

În acest context, ar mai merita semnalat un fenomen de care nu se poate face abstracție într-o istorie a comunicării. Mijloacele de comunicare, cu deosebire cele de comunicare în masă, au evoluat rapid şi spectaculos, dominând vizibil spațiul public. Studiul comunicării a rămas în urma procesului comunicării. Din nou, apare o deosebire față de situația din domeniul literar, de pildă, unde critica este cvasiconcomitentă cu producția literară. Teoriile şi interpretările lansate în studiul comunicării marchează o evidentă rămânere în urmă față de procesul pe care îşi propun să îl analizeze, iar fărâmițarea în domeniu face ca asemenea interpretări să aibă un impact redus nu numai în spațiul public, ci şi în rândul specialiştilor din domeniul comunicării în masă. O

eventuală anchetă în rândul scriitorilor ar releva, probabil, o anumită conectare a acestora la dezbaterea teoretică din domeniul respectiv; aceeaşi anchetă în rândul ziariştilor ar duce la concluzii dezamăgitoare: probabil ar fi numite câteva formule din lucrările lui Marshall McLuhan sau menționat ceva despre spirala tăcerii sau agenda setting.

În mod normal, teoria unui domeniu ghidează sau măcar luminează linii de evoluție viitoare. În sfera comunicării, teoria de-abia încearcă să recupereze decalajul care o desparte de evoluția procesului de comunicare. De aceea, dimensiunea prospectivă implicită pe care ar trebui să o conțină fiecare istorie va lipsi în cea mai mare măsură. Este nevoie, mai întâi, ca însăşi cercetarea să se smulgă din stadiul de fărâmițare pe care îl traversează, să se focalizeze pe probleme actuale ale evoluției comunicării de masă şi să ofere interpretări de o anumită cuprindere, cu un impact real asupra domeniului. Dacă nu în orientarea evoluției sale, măcar în explicarea acesteia.

Un demers întemeiat de rațiuni didactice

Proces practic prin definiție, comunicarea este puțin abordată sub raport teoretic. Ea este prea mult absorbită de semnificația sa practică pentru a mai găsi energie şi pentru demersul teoretic. Iar când acesta apare, într-o formă sau alta, rezervele nu întârzie să se manifeste. De pildă, încercările de a scrie istoria domeniului au întâmpinat rezerve chiar în rândul profesioniştilor domeniului, ziarişti, experți în relații publice etc. Motivul invocat? Studiul comunicării are o vârstă prea fragedă (mai puțin de un secol) pentru a avea nevoie neapărat de o istorie. Pe de altă parte, problemele ridicate de evoluția acestui domeniu sunt atât de complicate şi presante, spun susținătorii acestui punct de vedere, încât ar fi contraperformant să ne risipim în studii privind trecutul domeniului.

Istoria unui domeniu nu poate fi desprinsă de problemele şi sfidările de astăzi. Ea este parte componentă a efortului de a formula răspunsuri potrivite, de a promova dezlegări adecvate. Un studiu istoric temeinic ne luminează mai bine câmpul problematic al prezentului, ne ajută să înțelegem evoluții, să desprindem semnificația unor procese, să aproximăm mai exact tendințe care, mâine, pot deveni dominante.

Ne-am obişnuit să considerăm că istoriile se ocupă de evoluțiile de până atunci ale disciplinei. La o examinare mai atentă, ne vom da seama că istoriile sunt un gen de răspuns la problemele ridicate de evoluția prezentă. Cum spunea Braudel (1994), „istoria este ştiința prezentului”. Specialiştii se apleacă asupra evoluțiilor încheiate pentru că îşi dau seama că la orizont apar probleme serioase. Demersul istoric este un alt fel de a întemeia perspectiva, de a pregăti un făgaş de evoluție mai potrivit. Se

caută în trecut răspunsuri sau fragmente de răspunsuri la problemele pe care le pune prezentul sau le prefigurează ziua de mâine.

Cercetarea românească nu a ajuns la un stadiu în care să putem spune că scrierea unei istorii a studiului comunicării se impune din motive de acumulări profesionale. Nu au fost publicate monografii despre şcoli de gândire, autori de relief, analizele consacrate istoriei comunicării fiind rare şi răspândite prin diferite manuale. De aceea, încercarea noastră are un caracter preponderent didactic, în sensul că răspunde unor nevoi din ce în ce mai viu resimțite în procesul educațional. Au luat naştere mai multe facultăți de comunicare şi relații publice. Numărul studenților înscrişi în diferite forme de pregătire universitară a crescut considerabil. Există o disponibilitate reală a tinerilor de a dobândi expertiză în acest domeniu. Nevoile pieței au făcut ca, îndeobşte, profesori care predau discipline apropiate de cele ale comunicării să îmbățişeze ştiințele comunicării propriu-zise. Există riscul unei pregătiri oarecum pestrițe, fără substanța şi coerența necesare unui act instructiv autentic.

În acest context, elaborarea unei istorii a comunicării ar reprezenta un sprijin de neînlocuit în pregătirea academică de specialitate. Este greu de admis că un tânăr poate deveni specialist în comunicare însuşind cunoştințe disparate, fără ordine şi metodă, în absența unei viziuni despre devenirea studiului comunicării, a problemelor, interogațiilor, dezlegărilor pe care le propune istoria acestui domeniu.

O disciplină este istoria acelei discipline. Nu putem să stăpânim cât de cât un domeniu de specialitate fără a cunoaşte devenirea sa istorică, principalele direcții de evoluție, substanța pe care marii autori şi marile şcoli de gândire au turnat-o în corpul comun reprezentat astăzi de studiul comunicării. În demersul nostru, a primat nu numai cerința de a cunoaşte o serie de contribuții în timp, de a însuşi mari idei şi mari teorii, ci, deopotrivă, nevoia ca tinerii specialişti să aibă o imagine cât de cât clară asupra domeniului pe care l-au îmbrățişat. Şi acest lucru nu poate avea loc spicuind aserțiuni, parcurgând lecturi disparate, suprapunând interpretări diferite.

Un asemenea demers istoric poate introduce mai multă ordine şi rigoare în însuşi procesul didactic, poate contribui la eliminarea suprapunerilor abundente din diverse cursuri, poate mai ales ajuta studentul să aibă o imagine asupra principalele liniamente din cadrul studiului contemporan al comunicării. Cu alte cuvinte, nu ne îndreptăm spre evoluția istorică doar pentru a dobândi cunoştințe istorice, ci pentru a înțelege mai bine ce este astăzi comunicarea, care sunt marile interpretări în jurul cărora se structurează, ce perspective ale domeniului se intrevăd.

Bibliografie

1. Braudel, Fernand. (1962/1994). *Gramatica civilizaţiilor*, vol. I. Bucureşti: Meridiane.
2. Hardt, Hanno. (1992). *Critical Communication Studies. Communication, History and Theory in America*. London: Routledge.
3. Katz, Elihu (1977). *Social Research on Broadcasting, Proposals for Further Development: A Report to the British Broadcasting Corporation*. London: Publicity & Information Department, British Broadcasting Corporation.
4. Merton, Robert K. (1949/1967). *Social Theory and Social Structure*. New York: Free Press.
5. Peters, John D. (1999). *Speaking Into the Air. A History of the Idea of Communication*. Chicago and London: University of Chicago Press.
6. Peters, John D. (2003). British Cultural Studies, pp. 213-260. În Katz, Elihu, Peters, John D., Liebes, Tamar, Orloff, Avril (eds.). *Canonic Texts in Media Research. Are There Any? Should There Be? How About These?*. Cambridge: Polity Press.
7. Rogers, Everett M. (1994). *A History of Communication Study. A Biographical Approach*. New York: Free Press.
8. Ross, Dorothy. (1991). *The Origins of American Social Science*. New York: Cambridge University Press.
9. Schiller, Dan. (1996). *Theorizing Communication*. New York: Oxford University Press.
10. Schramm, Wilbur. (1953/ 1996). *There Were Giants on the Earth These Days.* În Dennis, Everette E. şi Wartella, Ellen (eds). *American Communication Research. The Remembered History*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
11. Schramm, Wilbur. (1997). *A History of the Beginnings of Communication Study in America. A Personal Memoir*. În Rogers, Everett M., Chaffee, Steven H. (eds). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
12. So, Clement Y. K. (1988). Citation Patterns of Core Communication Journals. An Assessment of the Developmental Status of Communication. *Human Communication Research*, 15(2), 236-255.
13. Stanton, Frank (1996). A Conversation with Frank Stanton. În Dennis, Everette E., Wartella, Ellen (eds). *American Communication Research. The Remembered History*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Curs 1
Gabriel Tarde, Ferdinand Tönnies

1. Studiul comunicării începe cu studiul opiniei publice

Cu ce asociem epoca modernă? Imaginea standard ne spune: maşinism, electricitate, transporturi rapide. Deschideți un manual de istorie şi verificați cele spuse mai sus. Arareori se vorbeşte despre mijloace de comunicare sau despre structuri democratice de conducere. Şi deloc despre rezultatul conjugat al tuturor acestor transformări, despre o forță de netăgăduit a lumii moderne, despre opinia publică. Prima întrebare la care ar trebui să răspundem în debutul acestui curs introductiv este: de ce studiul comunicării începe cu cercetarea opiniei publice şi de ce opinia publică s-a impus ca tema prioritară a investigațiilor de profil?

Perioada reprezentată de întâlnirea secolului XIX cu cel de-al XX-lea găseşte cercetarea în domeniul socio uman angajată în descifrarea mai adâncă a ceea ce numim societate şi funcționarea ei. În acest demers se descoperă grupurile, mulțimile, comunitățile, publicurile, se descoperă comunicarea ca proces care menține societatea laolaltă. Menționăm, la acea dată nu se vorbea deschis despre comunicare şi nu se studia acest proces de sine stătător. La comunicare se ajunge din diferite perspective. Se discută despre grupuri şi legăturile din interiorul grupurilor; despre mulțimi şi evoluția lor; despre publicuri şi particularitățile publicurilor în raport cu mulțimile. Încet, încet, se identifică câmpuri de interes care, mai târziu, se vor autonomiza şi vor reprezenta domenii de sine stătătoare ale diferitelor ramuri ale sociologiei şi comunicării.

Despre opinia publică s-a putut vorbi şi cu un secol în urmă. (termenul ca atare a fost rostit prima dată de Jean Jacques Rouss la 1744). Abordarea sociologică a acestui fenomen nu se putea face decât după o perioadă marcată de evenimente sociale majore şi, deopotrivă, de mari prefaceri tehnologice. De la sfârşitul secolului al XVIII-lea până la sfârşitul celui de-al XIX-lea, scena politică europeană a fost zguduită de mari mişcări de masă – revoluția franceză, revoluțiile anului 1848, Comuna din Paris. Fireşte, asemenea convulsii puneau în lumină forța masei, a mulțimii unite de nemulțumire, de revoltă, de disperare. Evenimentele la care ne referim au mai pus în lumină ceva, anume forța masei cuprinse de o idee, de o opinie, de o credință. De aceea, putem spune că mişcările amintite nu pot fi desprinse de influența pe care idei precum egalitate, dreptate, libertate a opiniei, justiție socială au exercitat-o în epocă. Influență strâns asociată cu răspândirea ziarelor.

Sociologi, psihologi, oameni de litere au început să vorbească deschis despre această forță misterioasă şi impunătoare, opinia publică. Ce era opinia publică? Opinia maselor care luptau pentru ceva? Opinia unor cercuri de oameni luminați? "Vocea poporului"? În orice caz, s-a desprins din start ideea că opinia publică este opinia neoficială, opinia care are de-a face cu strada, cu masa de oameni, cu conversația în diferite locuri publice, dar care nu are nici o legătură cu cercurile oficiale. Mai mult, ea se plămădeşte ca o alternativă, ca o interpretare alternativă în raport cu cea oficială.

Perioada pe care o avem în vedere este vizibil influențată de evoluții tehnologice spectaculoase. Se dezvoltă mult transportul, ceea ce uşurează mobilitatea oamenilor şi a ideilor. De pildă, Cooley îşi susține în 1894 teza de doctorat cu lucrarea The Theory of Transportation unde afirmă deschis că societatea este menținută datorită unei țesături complexe, care pune oamenii în legătură şi consolidează încet, încet conştiința conexiunilor multiple prin care oamenii sunt legați de semenii lor. „Comunicarea ideilor şi transportarea mărfurilor de la un loc la altul, dintr-un punct la altul creează firele care țin oamenii laolaltă". Analogia transport comunicare a preocupat mult în epocă şi ani buni după aceea.

Transportul ajută foarte mult la răspândirea presei (dezvoltarea presei este adesea relaționată doar cu inventarea tiparului, neglijându-se rolul pe care l-a avut transportul în difuzarea cuvântului scris). Afirmarea presei ca vehicul al informației şi apoi al opiniei a declanşat procese culturale la care nimeni nu putea gândi cu un secol înainte. Nu este vorba numai de faptul că presa a contribuit la ridicarea nivelului de educație, la afirmare a unor opțiuni diferite privind evoluția socială. Din perspectiva opiniei publice, important este să subliniem că prin intermediul presei cetățenii au putut comunica între ei chiar dacă nu se cunoşteau direct, că societatea a dispus de un imens multiplicator de opinie, că a apărut posibilitatea de a dezbate idei, orientări care apropiau oamenii sau, dimpotrivă, îi separau. În felul acesta exista posibilitatea ca idei, opțiuni, orientări să fie discutate public şi să fie împărtăşite de către oameni care nu se întâlniseră ncic o dată. Premisele constituirii opiniei publice se creaseră.

Întreaga evoluție de care vorbim conduce la descoperirea unui proces major, cel al ascensiunii opiniei publice, fără de care nu se mai putea înțelege societatea şi evoluția ei. Opinia publică este, cum spunea Tarde, o „rezultantă". În momentul când se discută deschis despre opinie publică, problemele comunicării figurează deja pe agenda cercetării sociale. Studiul comunicării s-a declanşat sub două presiuni: ascensiunea opiniei publice şi afirmarea presei, procese îngemănate, legate prin mii de fire, de care nu suntem neapărat conştienți.

2. Două contribuții europene

A fost dat, cel puțin potrivit cunoştinţelor noastre, ca studiul opiniei publice să debuteze atât pe continent european cât şi american într-un mod izbitor de similar. A apărut mai întâi o carte consacrată acestei teme, care a fost urmată apoi de o reacție. Evident, "reacția" nu ar fi fost de conceput fără prima apariție, în raport cu care s-a constituit. În Europa, prima asemenea lucrare este "L'Opinion et la foule", apărută în 1901, în Franța, sub semnătura lui Gabriel Tarde (autor al unei interpretări sociologice de răsunet, potrivit căreia imitația reprezintă „faptul social elementar şi universal", iar conversația drept „cel mai puternic agent al imitației"). Lucrarea autorului francez este semnalată altui sociolog de prestigiu al momentului din spațiul german, Ferdinand Tönnies, autorul lucrării Comunitate şi societate (Gemeinschaft und Gesellschaft). Semnalarea este făcută de un apropiat al autorului german, publicistul O. Hearing, potrivit mărturisirii lui Tönnies făcută în prefața lucrării „Critica opiniei publice", publicată în 1922. Multe idei şi interpretări lansate de către Tarde sunt preluate de către Tönnies, cum sunt şi poziții de sine stătătoare dezvoltate de autorul german.

Pe continentul american avem o situație asemănătoare. În 1922, Walter Lippmann publică lucrarea Public Opinion. Lucrare recenzată de către contemporanul său, John Dewey. Împărtăşind o orientare sociologică şi filozofică diferită, John Dewey scrie o replică la lucrarea lui Lippmann, pe care o publică, în 1927, sub titlul „The Public and its Interests". Întâlnim în cele două lucrări două abordări diferite, care luminează alte fațete ale aceleiaşi probleme: opinia publică. Dacă istoria a consemnat astfel desfăşurarea lucrurilor, pentru noi este o şansă să le prezentăm aşa cum s-au întâmplat ele în viața reală.

Vom începe, fireşte, cu cele două lucrări europene, pentru că ele au apărut mai devreme, vorbindu-ne despre un anume avans pe care cercetarea de profil o avea pe continentul european la începutul secolului. Este tot aşa de adevărat că lucrările europene promovează alt tip de abordare a opiniei publice. Ceea ce pentru demersul pe care îl presupune o istorie este un mare avantaj, pentru că ne înfățişează perspective diferite de tratare, hrănite de contexte şi preocupări diferite. Ambii autori sunt sociologi de prestigiu, creatori de paradigme explicative în domeniul sociologiei. Gabriel Tarde este recunoscut ca sociologul care încearcă să explice fenomenele sociale prin intermediul imitației sociale, iar Ferdinand Tönnies drept părintele a două concepte polare: comunitate şi societate (Gemeinschaft und Gesellschaft, apărută în 1887). Ambii deci vin înspre domeniul comunicării dinspre sociologie. Ca specialişti de anvergură descoperă că interpretarea fenomenelor sociale nu mai putea fi făcută fără apelul la comunicare şi formele sale specializate. Adevăr care

se va repeta, apoi, în câmp american. Şi acolo, aşa cum vom vedea, întemeietorii vin dinspre sociologie, ştiinţe politice, psihologie.

Tratarea creaţiei celor doi autori europeni ne dă posibilitatea să ilustrăm faptul că sociologia germană şi cea franceză (prima într-o modalitate mai pregnantă), au influenţat sociologia americană şi, implicit, studiul comunicării iniţiat pe tărâm american. Este vorba despre o influenţă directă exercitată prin cercetători americani care au venit să studieze în Germania (Park, Cooley, Lasswell etc.) sau prin cercetători europeni emigraţi în SUA (Lazarsfeld, Lewis) dar şi de una indirectă, dar profundă, care a avut loc prin intermediul creaţiei diverşilor autori europeni, de la Simmell la Tönnies, de la Tarde la Wundt, de la Marx la Freud. Ideile lor au dominat cumva epoca influenţând formarea autorilor americani. Unii cercetători americani, în perioada de început a dezvoltării sociologiei pe noul continent, şi-au propus să transpună în universităţile americane, deci într-un context schimbat, idei şi abordări europene. Nu vom înţelege cum se cuvine evoluţia studiului comunicării pe tărâm american, dacă nu vom releva izvoarele sale care sunt, fără îndoială, europene.

3. Tarde: "unul din primii trei sociologi ai Franţei secolului XIX"

Născut în 1843 undeva în regiunea Bordeaux, Gabriel Tarde a aspirat să devină poet, scriitor, pentru ca, în cele din urmă, să îmbrăţişeze dreptul. Practică după aceea magistratura şi criminalistica. În 1890 apare lucrarea "Les lois de l'imitation sociale" (Legile imitaţiei sociale), care îl consacră ca sociolog de primă mărime. Urmează un deceniu foarte productiv pentru autor. În 1894 publică "La logique sociale", cu doi ani mai târziu "L'oposition universelle". În 1898 vede lumina tiparului studiul "Le public et la foule" (Publicul şi mulţimea) iar cu un an mai târziu "L'opinion et la conversation" (Opinia şi conversaţia), ambele reunite în volumul apărut în 1901 „L'opinion et la foule". La mijlocul aceluiaşi deceniu este invitat în învăţământul superior, iar în 1899 ocupă catedra de filozofie modernă la College libre des sciences sociales. "*Unul dintre primii trei sociologi ai Franţei din secolul al XIX-lea"*, cum apreciază Terry N. Clark (1969, p.1), Gabriel Tarde a creat o operă dezbătută cu multă pasiune atât în timpul vieţii sale, cât şi după dispariţia sa. Cum remarcă acelaşi autor, mult timp Tarde a fost citat alături de Auguste Compte şi Emil Durkheim, pentru ca "în ultimii ani" să nu mai apară aşa de frecvent lângă cei doi corifei ai sociologiei. Se pare că un rol important în această privinţă a avut şi polemica purtată cu Durkheim în

legătură cu sociologia şi fundamentele care întemeiază sociologia ca ştiinţă. Tarde avea o abordare psihologică a acestei probleme, pe când Durkheim susţinea că există o realitate socială deasupra individului, că noua disciplină trebuie să aibă drept obiect de cercetare studiul faptelor sociale.

Rostul acestor rânduri este să reliefeze contribuţia lui Gabriel Tarde în domeniul studiului comunicării, contribuţie exprimată cu deosebire în lucrarea "Opinia şi mulţimea". Înainte de aceasta, considerăm că este potrivit să prezentăm pe scurt ideile sociologice ale lui Tarde, pentru a putea înţelege mai bine contribuţia sa în domeniul nostru de specialitate. Dorim să precizăm că ocupându-se de imitaţie, ca proces fundamental de difuzare a inovaţiei, prin forţa lucrurilor autorul avansează puncte de vedere, abordări care sunt foarte apropiate de cele ale comunicării. În fond ce înseamnă imitaţia? Ea presupune **acceptarea**, chiar dacă nu se reduce la ea, imitaţia însemnând şi un efort suplimentar de "a fi la fel" sau de "a face la fel". Or acceptarea este o noţiune foarte des folosită şi în domeniul comunicării, mai ales când vorbim despre mesaje şi efectele lor.

Sistemul sociologic al gânditorului francez se încadrează într-o orientare „voluntaristă a acţiunii", în sensul că aşază dezvoltarea societăţii în relaţie cu acţiunea actorilor care urmăresc scopuri specifice. Gabriel Tarde elaborează o teorie care se bazează pe trei categorii principale: invenţia, imitaţia şi opoziţia. Evident, aceste momente ale dezvoltării sunt strâns legate între ele şi, în fond, alcătuiesc un tot, un model explicativ circular. Invenţiile – creaţiile indivizilor talentaţi – sunt diseminate în sistemul social prin intermediul procesului de imitaţie, asemenea valurilor concentrice pe suprafaţa unui lac; valul se propagă până spre limitele lacului, în cazul nostru ale sistemului, dacă între timp nu întâlneşte alte valuri, care sunt rezultatul altei invenţii. Din înâlnirea lor poate rezulta o nouă invenţie, care, la rândul ei, este supusă unui proces de imitaţie, până când „valul" pe care îl generează întâlneşte alt obstacol ş.a.m.d. Examinarea acestor trei procese, cu deosebire a modului în care operează ele în cadrul grupurilor, prezintă pentru noi o importanţa specială, întrucât avem de-a face, în fond, cu **difuzarea unei idei**, ceea ce înseamnă o analiză pregătitoare a ceea ce numim astăzi teoria difuzării. Din nefericire, în studiile actuale despre teoria difuzării nu am întâlnit nici o referire la difuzarea inovaţiei despre care vorbeşte Tarde, analiză instructivă şi în multe privinţe actuală.

Invenţia este punctul de plecare al acestui pattern circular al dezvoltării. Termenul de invenţie este utilizat în sensul său cel mai larg. „*Am folosit acest cuvânt pentru toate iniţiativele individuale*"(1895, IX). Ritmul de dezvoltare a oricărui domeniu social – economic, politic, literar – este condiţionat direct de către numărul şi calitatea ideilor novatoare din

domeniile respective. Pe măsură ce societatea este mai avansată şi se desprinde de constrângerile naturale, inovația devine un factor esențial al dezvoltării. Tarde admite că analiza sa privind inovația nu este foarte complexă, pentru că literatura de specialitate axată pe această problemă era săracă şi în bună măsură întâmplătoare. În viziunea autorului, sursa principală a inovației este reprezentată de abilitățile individuale de a combina idei, de a găsi soluții creative la problemele momentului. Autorul francez consideră că mai ales pentru ştiințele exacte vârsta optimă a creației s-ar situa între 25-35 de ani, vârstă care coincide cu perioada de maximă activitate sexuală.

Sunt două principii care guvernează activitatea de creație – principiul acumulării şi al substituirii. O descoperire apare pe fondul acumulărilor anterioare. Chiar şi cele mai importante descoperiri sunt strâns condiționate de altele, de mai mică importanță, dar care o întemeiază şi o fac posibilă. Cele mai frecvente creații sunt cele care combină într-o sinteză nouă elementele deja acumulate. În acelaşi timp, sunt invenții care substituie ceea ce a fost până atunci, care inaugurează o nouă direcție, un nou tip de evoluție. „*Rezultă că progresul social, ca şi progresul individual, are loc prin două procedee: substituirea şi acumularea. Sunt descoperiri şi invenții care nu sunt decât substituibile şi altele acumulabile*”(1895, p.161) Sunt mai multe condiții favorizante ale inovației la nivel social, consideră autorul, din care noi am selecta două. Stratificarea socială, pentru că asigură timp liber pentru elitele sociale şi permit o comunicare strânsă între ele. A doua condiție favorizantă este însăşi comunicarea ca „antecedent al creației”. Cu cât este mai mare izolarea, cu atât numărul de invenții scad, precizează Tarde.

3.1.Legi „logice” şi legi „extralogice”

Imitația este procesul fundamental prin care o inovație se răspândeşte în societate. Ea este guvernată de o serie de „legi”. Una dintre cele mai importante este aceasta: cu cât o inovație este mai apropiată de alte lucruri deja imitate şi, deci, instituționalizate, cu atât are şanse mai mari să fie la rândul ei imitată. Este puțin probabil să fie preluat un nou tip de trăsură de către o societate care nu a inventat încă roata. Cu cât o invenție este mai aproape de dominantele unei culturi cu atât are mai multe şanse să fie imitată şi invers: cu cât ea este mai depărtată de aceste dominate cu atât şansele de a fi preluată scad. Lucru valabil cu deosebire în zonele non tehnice: în literatură, o noutate opusă tradiției va fi întotdeauna privită cu rezerve, dacă este un produs intern; dacă este vorba

de o creație externă, atunci nu va fi tradusă sau dacă va fi tradusă, va fi înconjurată de tăcere.

Împărțirea pe care Tarde o face între invenții care substituie şi cele care cumulează îl conduce cu obligativitate la două tipuri de logici: invențiile care se substituie celor anterioare declanşează o „competiție" (aspect valabil cu deosebire în câmp literar şi al modei vestimentare) şi instituie o „logică a duelului"; cele care sunt rezultatul unor acumulări pot funcționa fără a le înlocui pe cele anterioare, au o natură complementară şi conduc la o „logică a conviețuirii". Istoria societăților, precizează sociologul, este o suită de „dueluri logice". De pildă, procesul de formare a limbilor naționale care înlocuiesc dialectele urmează această logică. Mai târziu, disputa între vasele cu pânze şi cele cu aburi, între diligență şi locomotivă. „*Nu sunt două propoziții, ci două silogisme care se confruntă*" (1895, p.171). Iată de ce autorul foloseşte termenul de duel. Se întâlnesc două serii de evenimente, de creații, care sunt purtătoare de tendințe, de voințe diferite. „*Am comparat lupta logică cu un duel. Totul se dispută între doi. În antichitate nu erau bătălii între trei sau patru. Pot să fie mai multe armate, ale mai multor popoare, dar confruntarea ca atare este între două câmpuri, două tabere*"(1895, p.168).

În perioada contemporană, pare să prevaleze invențiile de tip cumulativ. Ceea ce ar putea sugera că invențiile de substituire le-au precedat, în timp, pe cele cumulative. „*Progresul prin substituire poate părea că este predecesorul progresului prin acumulare. În realitate, acesta din urmă l-a precedat pe celălalt, aşa cum în mod vizibil l-a urmat: el este alfa şi omega*.."(1895, p.187). De pildă, limbile au apărut prin acumulări succesive de-a lungul secolelor. Există însă o deosebire esențială între acumularea care precede substituirea şi cea care îi urmează. „A*cumularea care precede substituirea prin duel logic nu trebuie confundată cu acumularea care îi urmează. Prima constă într-o agregare de elemente a căror principală legătură constă în faptul că nu se contrazic, în timp ce a doua este o acumulare viguroasă de elemente care nu numai că nu se contrazic, dar confirmă*"(1895, p. 189).

Am subliniat aceste lucruri, pentru că ele prezintă o asemănare vizibilă cu ceea ce în comunicare se numeşte „teoria disonanței". Firește că Tarde nu foloseşte termenul ca atare, dar spiritul judecăților sale este acelaşi cu cel din teoria amintită. Dacă o invenție este prea depărtată de obişnuințele anterioare şi zdruncină confortul nostru, atunci ea are toate şansele să fie respinsă. Dacă, dimpotrivă, este aproape de ceea ce am făcut până atunci , dacă nu deranjează prea mult „obişnuința", ea are mari şanse să fie acceptată. În acest context, un rol foarte important este acordat de autorul francez celor care urmează să „orienteze" (cum spunem noi astăzi) percepția socială: criticilor, comentatorilor. Dacă aceştia subliniază incompatibilitatea, atunci publicul va percepe cu

deosebire acest lucru. Nu numai „criticii" joacă un rol important, ci şi „interacţiunea" minţilor, care favorizează o mai iute circulaţie a ideilor, o mai mare consecvenţă a abordărilor noastre, ceea ce, în final, conduce la un climat favorabil expansiunii cunoaşterii.

Tarde este preocupat de relaţia dintre invenţii şi numărul acestora, pe de o parte, şi impactul lor social, pe de alta. Chiar dacă nu vorbeşte exact în aceşti termeni, Tarde subliniază că societatea are nevoie de o perioadă de asimilare, de un răgaz pentru a se obişnui cu noutatea presupusă de o invenţie. Existenţa prea multor invenţii, difuzarea lor rapidă pot duce la tensiuni, la dificultăţi de acomodare, la respingerea nu numai a inovaţiei, ci chiar a ideii de inovaţie. Foarte important este că sesizînd complexitatea acestei relaţii, sociologul francez vorbeşte pe perioade de timp mari de un gen de alternanţă: perioade de mare frecvenţă şi intensitate a inovaţiei sunt urmate de altele menite să „raţionalizeze" folosirea lor, demers foarte important şi pentru stabilitatea şi, am spune noi, pentru confortul social. Tarde chiar spune că secolul al XIX-lea a reprezentat un secol al invenţiilor, urmînd ca secolul XX să fie unul de raţionalizare a acestora. Ceea ce, cum remarcă şi Clark, cel puţin pentru domeniul social şi uman, şi pentru prima parte a acestui secol, se adevereşte (Clark, p.29).

Cu privire la legile „extralogice" ale imitaţiei, am dori să subliniem două aspecte caracteristice pentru gândirea autorului. Imitaţiile, spune autorul, se răspândesc „du dedans au dehors"(1895, p.211). Este un problemă pe care dorim să o lămurim mai bine. Fireşte că invenţia se transmite dinspre locul creaţiei spre cercurile mai apropiate, urmând ca, după aceea, să cuprindă cercuri tot mai depărtate. Dar nu acesta este aspectul principal subliniat de autor. Tarde vrea să spună că imitaţia este mai întâi filtrată mental şi, dacă vreţi, sufleteşte. Procesul de imitaţie se declanşează în interiorul nostru, prin examene intelectuale şi afective complexe. După aceea, pune în mişcare resorturi materiale care să susţină preluarea, însuşirea inovaţiei respective. Nu copiezi forma, ci mai întâi trebuie să fii pătruns de acea idee, de spiritul cuprins într-un proiect sau un mod de viaţă. Autorul oferă un exemplu edificator. În secolul al XV-lea, Italia, traversând un moment de slăbiciune, a fost ocupată de Franţa. În mod normal, trebuia să se declanşeze un proces de imitaţie dinspre ocupanţi spre ocupaţi, mai ales că în latura materială ocupanţii aveau o superioritate reală. Ocupanţii au fost însă „italienizaţi", pentru că ocupaţii erau depozitarii unei culturi care până la urmă a învins. „*Această mişcare dinspre înăuntru către afară, dacă este mai bine examinată, exprimă cu precizie două lucruri:*

1. *că imitarea ideilor precede pe cea a expresiei lor;*

2. *că imitarea scopurilor precede pe cea a mijloacelor. În cazul nostru, les dedans sunt scopurile şi ideile, les dehors, mijloacele şi expresiile*”(1895, p.225).

A doua lege „extralogică” este aceea potrivit căreia imitațiile se transmit prin intermediul statusurilor: ele coboară de la statusurile superioare către cele inferioare. Cu alte cuvinte, izvorul imitației se situează în zona elitelor sociale, de unde coboară către straturile „de jos” ale societății. „*Oricare ar fi organizarea societății – teocratică, aristocratică, democratică – mersul imitației urmează mereu aceeaşi lege, va parcurge aceeaşi distanță de la superior la inferior şi pe acest traseu ea se va manifesta din interior către exterior*”(1895, p.251-252). Deci chiar şi când imitația se transmite de sus în jos, ea cuprinde mai întâi sufletul oamenilor, interiorul lor, declanşând o combustie specială în direcția imitării.

Aceasta a doua lege extralogică reprezintă şi un prilej pentru autor de a face câteva considerații instructive despre elite şi misiunea lor socială. O elită, spune el, funcționează nu numai ca ferment al inovației, ci şi ca sursă de modele pentru restul societății. Nu este uşor să faci distincția între invenția propriu zisă şi primele stagii ale imitației, mai ales când este vorba despre invențiile nonştiințifice, cum ar fi stilul de viață. Dar în această zonă de interferență sunt şi suprapuneri semnificative. Elitele trebuie să inoveze dar şi să conserve, în acelaşi timp. O elită trebuie să fie şi sursă de inovații, dar şi de modele de comportament. De îndată ce o elită încetează să asigure conducerea în acest sens mai complex, declinul este inevitabil. Unitatea unei societăți – unitatea de convingeri, de atitudini fundamentale – provine şi din capacitatea elitei de a fi cu adevărat o sursă de imitație.

Opoziția este menționată în lucrarea sociologică fundamentală a lui Tarde, Les lois de l’imitation, dar ea este, de fapt, dezvoltată în L’opposition universelle, apărută în 1987. Probabil şi sub influența lui Darwin, Tarde consideră că în cele mai multe din cazuri, conflictul (în afara situațiilor în care distruge elementele inferioare, mai puțin adaptate), ia forma unei adaptări la condițiile schimbătoare ale mediului. Autorul francez face o serie de analogii care nu fac obiectul acestui curs. Cert este că în explicarea rolului opoziției, el revine la metafora valurilor. Şi stabileşte mai multe situații. Atunci când un val, de fapt procesul de imitație simbolizat de el, este mult mai puternic decât valul pe care îl întâlneşte, atunci se produce o înghițire a valului mic, costurile fiind minime. Problema mai interesantă este atunci când se întâlnesc două valuri de mărimi aproximativ egale. La prima vedere, suntem tentați să considerăm că respectiva ciocnire duce la o anihilare reciprocă a inovațiilor respective. Aici, sociologul francez intreprinde o analiză nuanțată şi prezintă o tipologie complexă de opoziții. Esențial este că

opoziţia nu este neapărat negativă, că ea prilejuieşte procese adaptative extrem de importante, examinări şi reexaminări ale ideilor sau interpretărilor aflate în conflict, îmbogăţiri care conduc la o consolidare de fond a poziţiilor ce se întâlnesc în cadrul raporturilor de opoziţie. Totuşi, cine câştigă dintr-o asemenea confruntare. Autorul oferă aici o gamă largă de exemple din ştiinţele exacte. Pe ansamblu, se poate spune că dintr-un asemenea raport câştigă ideea, persoana disponibile la autoexaminare şi la consolidarea propriilor argumente.

Prin imitaţie, societatea se omogenizează, cunoaşte procese interferente care o ajută să progreseze. Este un punct sensibil acesta, pentru că, după apariţia lucrării, i s-a reproşat lui Tarde că nu toată lumea este cuprinsă de procesele imitative; că sunt persoane, grupuri care nu numai că nu apelează la acest proces, dar chiar resping o inovaţie, o idee, o modă etc., ceea ce poate conduce la fracturi sociale, la falii, într-un cuvânt, la rezultate contrare omogenizării? În prefaţa la cea de-a doua ediţie, din 1895, cea pe care am folosit-o şi noi, autorul răspunde acestor obiecţii.”*Vom spune, deci, cu mai multă larghețe acum, că o societate este un grup de oameni care prezintă între ei multe similitudini, produse atât prin imitaţie, cât şi prin contraimitaţie. Căci oamenii apelează mult la contraimitaţie, mai ales atunci când nu au nici modestia de a imita pur şi simplu, nici forţa de a inventa; şi contraimitând, adică făcând şi spunând exact opusul a ceea ce văd că se face şi se spune, la fel ca şi cei care fac şi spun ceea ce văd că se face şi se spune, evoluează, de asemenea, către o omogenizare progresivă*” (XII).

3.2.“Nu avem de-a face cu epoca mulţimilor, ci a publicurilor”

La mijlocul ultimului deceniu al sec. XIX intervine o schimbare evidentă în preocupările sociologului francez, în sensul orientării spre concepte cum ar fi public, influenţă, opinie publică, într-un cuvânt spre teme pe care noi astăzi le înglobăm în termenul de comunicare. De ce este învederată o asemenea prefacere? Ce a putut alimenta o asemenea schimbare de orientare? Este perioada în care Tarde devine profesor universitar şi, prin forţa lucrurilor, este preocupat de a deschide orizontul cercetărilor sale; în sfârşit, nu poate fi neglijat faptul că în 1995 apare lucrarea lui Gustave Le Bon „Psihologia mulţimilor”, care încoronează o epocă de preocupări şi întrebări în legătură cu multimile şi comportamentul acestora. Nu este deloc riscant să presupunem că, în perioada de trei ani de zile dintre publicarea lucrării amintite şi a studiului său „Publicul şi mulţimea”, Tarde să fi configurat o nouă ipoteză

explicativă pe care a adus-o la cunoştinţa publică după ce a considerat că este suficient de consolidată. Să ascultăm ceea ce spune sociologul francez în deschiderea volumului din 1901: „*Mulţimea nu numai că este atrăgătoare şi îşi cheamă în mod irezistibil spectatorul, dar numele său exercită o atracţie deosebită asupra cititorului contemporan, iar anumiţi scriitori sunt prea înclinaţi să desemneze prin acest cuvânt ambiguu tot soiul de grupări umane. Este important ca această confuzie să înceteze şi mai ales să nu se confunde mulţimea cu Publicul*"(1901, p.11). Iar pe parcursul volumului revine la această precizare, de data aceasta adresa fiind mai precisă. „*Nu pot deci să fiu de acord cu un scriitor viguros, Dr. Le Bon, că epoca noastră ar fi <epoca mulţimilor>. Este epoca publicului sau a publicurilor, ceea ce este cu totul altceva*" (p.17).

Din punctul nostru de vedere, este o declaraţie care marchează separarea de o orientare simbolizată de un concept –mulţimea -, chiar dacă seducătoare şi care continua să exercite o anumită fascinaţie, şi de întemeiere a unei noi explicaţii, menită să pună capăt „confuziei" şi să numească noul actor al vieţii sociale: publicul. Ca să ne explicăm mai bine declaraţia şi sensul ei, să prezentăm câteva informaţii despre acea perioadă.

Într-adevăr, sfârşitul de secol XIX şi începutul de secol XX sunt marcate de seducţia mulţimii. Se scriu studii, se lansează interpretări despre comportamentul mulţimii. Chiar în literatura franceză, lucrarea lui Gustave Le Bon face epocă. Având şi avantajul de a fi fost scrisă într-un limbaj accesibil, „Psihologia mulţimilor" este dezbătută în diferite cercuri, care depăşesc pe cele ale specialiştilor, influenţează în mod real discuţiile nu numai în epocă, ci ani buni de atunci înainte, fiind şi astăzi citită cu plăcere. Le Bon vorbeşte despre "sufletul multimii", ceea ce înseamnă un tip de anulare a individului în cadrul comportamentului colectiv al mulţimii. Trăirea colectivă este aşa de puternică, încât, în vâltoarea ei, cuprinde individul, chiar îl dizolvă în mişcarea sa dezlănţuită dar nu se sprijină pe el. Un rol important este jucat de conducătorul mulţimii, cel care poate imprima direcţii de acţiune nebănuite şi care nu mai pot fi controlate nici de către membri ai mulţimii şi nici chiar de mulţimea ca atare.

Ca sociolog, Tarde se înrudeşte doctrinar cu Le Bon, întrucât ambii explică fenomenele sociale printr-o prismă psihologică. Ca autor în domeniul comunicării, ei se deosebesc limpede. Nu este vorba numai de faptul că Tarde se desprinde de formula dominantă a epocii – epoca mulţimilor, pe care o simboliza autorul lucrării "Psihologia mulţimilor" - şi lansează o nouă caracterizare: "epoca publicurilor". Tarde acordă o mult mai mare importanţă individului şi rolului său. Când vorbeşte despre distincţia psihologie individuală-psihologie socială, Tarde situează centrul de greutate al explicaţiei la nivelul individului, considerând că

psihologia socială ar putea fi numită mai degrabă „psihologie inter-individuală”, ceea ce ar spulbera şi atmosfera „misterioasă” din jurul psihologiei sociale. Deci disponibiltatea autorului francez de a recunoaşte o realitate socială, dincolo de cea individuală, este minimă.

3.3. „Mulțimea este grupul social al trecutului, publicul - cel al viitorului”

Publicul reprezintă o categorie des folosită în comunicare. De altfel, ea a şi fost teoretizată, cu deosebire în câmp american de către autori cum ar fi John Dewey, Robert Park, Herbert Blumer etc. Prin urmare, este bine să insistăm acum asupra viziunii pe care ne-o propune sociologul francez despre public, în primul rând pentru că este nevoie să avem o imagine cât mai clară despre această primă definire a publicului (după cunoştința noastră); în acelaşi timp, fiind vorba despre un volum de istorie a studiului comunicării, este bine să ne reprezentăm cu claritate ce au adăugat nou, în ce direcții au îmbogățit această noțiune cercetătorii de mai târziu. Într-un cuvânt să refacem mental „drumul” parcurs de acest concept fundamental al comunicării. Pentru a ne reprezenta mai limpede viziunea lui Tarde în această privință, să analizăm comparativ publicul şi mulțimea, aşa cum procedează, de fapt, Tarde.

Dacă mulțimea se caracterizează prin apropiere fizică, mobilizări de mare amploare, adevărate „fluvii sociale”, existența publicului nu presupune apropierea fizică, o asemenea agregare. Publicul este „*o diseminare de indivizi separați fizic şi a căror coeziune este pur mentală*” (p. 11). Pentru a exista, mulțimea are nevoie de comunicare directă. Proximitatea fizică este condiția comunicării directe şi ambele reprezintă baza de existență a emoției, fără de care mulțimea nu este de conceput. Fiind format din persoane separate fizic, relația care leagă membrii publicului „se spiritualizează”. În sensul că ea ține de ataşamentul la o idee, la o interpretare, la o viziune. Problema numărului este şi în cazul publicului importantă. Nu doar legătura reprezentată de o idee defineşte publicul. Altminteri, am putea considera că aparține publicului şi persoanele care se cunosc direct, care împărtăşesc o idee, un stil de viață, de pildă membrii unui club; sau elita bine educată care citea presa vremii şi discuta pe marginea articolelor publicate. Adesea membrii acestei elite corespondau între ei pe teme de actualitate, unele semnalate în presă, altele impuse de discuțiile din saloanele şi cafenelele vremii. Forma această elită un public? Avem de-a face, spune Tarde, mai curând cu o castă decât cu un public. „*Un public special nu a început să prindă contur decât o dată cu momentul, greu de precizat, în care oamenii pasionați de aceleaşi studii au devenit prea numeroşi pentru a se putea*

cunoaşte personal şi nu au simţit stabilindu-se între ei legătura unei anume solidarităţi decât prin comunicări impersonale care aveau o frecvenţă şi o regularitate suficiente" (p.15).

Mulţimea cuprinde totalitatea membrilor adunaţi la un loc de un eveniment care le-a atras atenţia, care îi preocupă. Ea are un tip de unicitate temporală: masa de oameni care o formează manifestă, luptă pentru ceva un timp destul de clar delimitat. Avem de-a face, concomitent, cu o constrîngere temporală şi una fizică. De aceea, nu poţi să aparţii la două mulţimi în acelaşi timp. Ca persoană, poţi aparţine concomitent la două sau mai multe publicuri, pentru că existenţa lor nu este legată nici de un spaţiu anume, şi nici de o durată anume. Poţi fi membru al publicului amator de teatru, dar şi al celui care îndrăgeşte sportul. „*Putem aparţine în acelaşi timp mai multor publicuri... dar nu putem aparţine decât unei mulţimi la un moment dat*" (p. 18).

Aceasta are legătură directă cu o altă trăsătură – toleranţa diferită a celor două tipuri de grupuri. Mulţimile sunt mai intolerante, ele captează cu totul individul, şi pentru că nu au nici un fel de contraputere. În alţi termeni, individul nu are alegere. Publicurile sunt mai tolerante, mai îngăduitoare cu membrii lor, şi datorită faptului că ei pot să se orienteze şi către alte grupări asemănătoare. Concomitent, publicurile sunt mai puţin despotice decât mulţimile, mai puţin dogmatice, şi mai puţin păscute de „pericolul excesului"; este adevărat că atâta cât există, dogmatismul publicului este „la fel de tenace şi de cronic ca şi al mulţimilor". Excesul mulţimii are o explicaţie: „prodigioasa sa credulitate". În cazul publicului, avem o credulitate mult mai scăzută; de aceea, şi răspunderea lui este mai mare. Analiza, prin prisma celor spuse mai sus, a întâlnirii dintre două mulţimi şi două publicuri opuse, îi prilejuieşte autorului constatarea că prima reprezintă un pericol pentru pacea publică, în timp ce ultima poate cel mult provoca perturbări uşoare. „*Publicul este mai calculat chiar şi în violenţele sale*"(p.46).

Mai este o diferenţă semnificativă care se referă la capacitatea lor de acţiune. Capacitatea de acţiune a mulţimii este minimă, pentru că îi lipseşte coordonarea, structurarea internă şi proiectul eşalonat. Mulţimea este o stare de spirit. Ea poate striga „pentru" sau „împotrivă", poate chiar da jos o persoană, un regim, dar acţiunea aşezată şi de durată îi este inaccesibilă. „*Pentru mulţimi, nevoia de a urî compensează nevoia de a acţiona*"(p.47). Publicul este mult mai înclinat spre reforme şi abordări raţionale. Aceasta este natura sa. Dar nici el nu este străin de ideea de „proscriere, de persecuţie şi de deposedare". În orice caz, pentru amândouă „ a descoperi sau a inventa un obiect nou şi impresionant al urii" reprezintă cel mai sigur mijloc de mobilizare. Pentru că niciunde şi nicicând „apologia nu a avut atâta succes ca defăimarea". Constatare izbitor de asemănătoare cu cercetările moderne asupra opiniei publice

care spun că aceasta poate fi mult mai uşor mobilizată „în contra” a ceva decât „pentru ceva”.

Există, în acelaşi timp, posibilitatea ca mulțimea să se transforme în public şi publicul în mulțime. Prima transformare are loc în urma unui proces de reconfigurare, de substituire însoțit „întotdeauna de un progres în ceea ce priveşte toleranța”. Autorul nu oferă amănunte în legătură cu această schimbare, dar este limpede că o mulțime nu poate avea o existență îndelungată. În acelaşi timp, în mulțime se adună oameni animați de o dorință care devine dominatoare; este cea care uneşte şi scoate în stradă. După consumarea unui asemenea moment, cei care compun mulțimea îşi descoperă chemările şi înclinațiile normale. Vor fi, prin urmare, atraşi de către public, de ideile care unesc un public, dar şi de toleranța mai mare a acestuia. Proces foarte rar, transformarea inversă devine posibilă doar atunci când publicul, surexcitat, poate genera o mulțime fanatică strigând pe străzi „trăiască” sau „moarte” pentru orice.

Fireşte, cele două tipuri de grupări sunt şi unite prin unele trăsături, din care autorul insistă pe pierderea din ce în ce mai vizibilă a „simțului măsurii: cu mare uşurință < fie se aclamă >, <fie se huiduie>”. Mulțimile, ca şi publicurile, cunosc patru stări diferite care exprimă starea activității sau a pasivității lor: ele sunt fie în aşteptare, fie atente, fie manifeste sau, pur şi simplu, acționează. Mai există o asemănare: ambele sunt conduse de un lider. Numai că natura acelui lider şi modul cum exercită conducerea sunt complet diferite. Mulțimea „grup amorf, născut în aparență prin generație spontană, este întotdeauna asmuțită” de un grup restrâns, de câțiva membri, care „ servesc drept ferment şi îi dau culoare”. Liderul real al publicului este redactorul, autorul articolelor, comentariilor care stimulează cititorul să gândească şi să mediteze asupra unor lucruri şi care influențează nu doar formarea publicurilor, ci şi comportamentul lor. Un articol bine scris, o intervenție publicată la vreme este pentru public un gen de semnal, un adevărat consemn. “*Forța publiciştilor ține înainte de toate de cunoaşterea instinctivă a psihologiei publicului*”(p.46).

3.4. Informația şi opinia, hrana spirituală a publicului

Ziarul este, neîndoielnic, pricipala legătură dintre membrii publicului. Omul poate sta acasă citind ziarul, iar la zeci sau sute de kilometri un alt semen al său poate face acelaşi lucru. Deci publicul ia naştere în jurul unei idei, al unei credințe, al unei abordări împărtăşite. Ceea ce înseamnă timp. Publicul nu poate apărea dintr-o dată. Contagiunea de care am vorbit are nevoie de o perioadă destul de mare pentru a prinde, pentru a dăltui o evoluție mentală. Timpul şi ideile care

să lucreze de-a lungul vremii alcătuiesc premize de bază ale publicului. Instrumentul acestui proces a fost, fără îndoială, apariţia tiparului. „*Publicul nu a putut lua naştere decât după prima mare dezvoltare a inventării tiparului, în secolul al XVI-lea*” (p.14). Prin intermediul tiparului ideile au fost multiplicate şi răspândite la distanţă. Foaia tipărită şi multiplicată a asigurat această pulsaţie constantă de gânduri, informaţie, noutăţi, într-un cuvânt hrana spirituală a publicului. „Puterea firmidabilă” a presei se sprijină pe trei cuceriri tehnologice complementare care marchează fundamental epoca modernă: tiparul, căile ferate şi telegraful. Primul asigură multiplicarea opiniei la o scară oricât de mare; căile ferate şi telegraful sunt responsabile cu diseminarea acesteia la distanţe nebănuite şi cu viteze greu de anticipat cândva.

Cine citeşte atent lucrarea lui Tarde îşi va da seama că ea reprezintă un foarte serios studiu despre presă şi influenţa sa socială. Sigur că în prim plan apar termenii de „public”, „mulţime”, „opinie”, „conversaţie”, dar rădăcina comună a tuturor acestor „manifestări” este presa. Sau cum se exprimă autorul posibilitatea pe care o prilejuieşte aceasta privind „deplasarea gândirii la distanţă”. Mult mai importantă decât „deplasarea forţei la distanţă”. Forţa are efecte spectaculoase (ocupă un teritoriu, îl eliberează, îi schimbă statutul etc.). Gândul transmis la distanţă lucrează silenţios şi pe termen lung. Rezultatele „însămânţării” sale sunt mai importante pentru că ţin de convingerea şi de configuraţia spirituală a cititorilor. Gândul transmis declanşează întrebări, produce adeziuni, construieşte aşteptări. Lectura unei analize politice dintr-un ziar prefigurează un tip de aşteptare, ca lucrurile să evolueze într-un anume fel. Gestul unui cititor atunci când cumpără un ziar traduce un tip de curiozitate: să văd ce s-a mai întâmplat. Cititorul care cumpără ziarul pentru că este interesat de ceva are alt tip de curiozitate: să văd ce s-a întâmplat *cu*, sau ce s-a întâmplat *în situaţia x*. Într-un fel sau altul, cititorul devine parte a acelei evoluţii: întreabă şi se întreabă, construieşte propriile explicaţii, se integrează, chiar dacă numai sufleteşte, unei evoluţii.

Este adevărat că autorul francez foloseşte şi formule percutante care ne ajută să ne reprezentăm mai bine probleme, uneori spinoase: „contagiune invizibilă”, prin „tipar presa a devenit un telefon prodigios”, „agitaţia fascinantă a oricărei democraţii”, „meteorologie politică”, „aripile imense pe care căile ferate şi telegraful le-au ataşat presei”, „raţiunea de astăzi: opinia de mâine şi tradiţia de poimâine”. Stilul este limpede, afirmaţiile tranşante, fără nuanţări excesive, ceea ce face ca ideile să fie mai uşor reţinute, ajutate de claritate dar şi de formulări sensibile.

Publicul reprezintă o creaţie modernă, pentru că existenţa sa este legată de presă şi activitatea acesteia. Formarea sa are loc în urma

unei „influențe persuasive”, sau a unei „contagiuni invizibile” din partea presei. Putem să fim sau nu de acord cu multe judecăți, afirmații sau puncte de vedere ale sociologului francez. Nu putem nega în nici un fel că el procedează la o altă interpretare a realității sociale, la o „citire” modernă a acesteia, cu fața la mijloace şi forme de influențare nu doar de mare anvergură, ci şi într-o expansiune de necontestat. În acest efort de interpretare, „publicul” este o mare descoperire, şi autorul avea întreg temeiul să afirme că „mulțimea este grupul social al trecutului”, în timp ce „publicul - cel al viitorului”.

Caracteristicile publicului sunt descifrate în strânsă legătură cu particularitățile presei. Publicul este format din oameni care împărtăşesc aceleaşi idei, aceleaşi convingeri, aceleaşi abordări. Principala sursă de formare a acestor convingeri este presa. Focalizând atenția asupra publicurilor, vom dobândi o imagine mai fidelă asupra mişcării interioare a societății, asupra grupărilor şi regrupărilor din cadrul său. Grupări şi regrupări, încă o dată, aflate în nemijlocită legătură cu pozițiile şi ideile afirmate public prin presă. Tarde este foarte conştient de valoarea descoperirii sale. Ne vorbeşte despre acest lucru nu numai formula sa lipsită de echivoc, reprodusă de noi în subtitlul acestor rânduri, ci şi concluzia studiului său pe care o formulează iarăşi limpede, pentru a nu da loc la interpretări confuze: “*Substituindu-se sau suprapunându-se, cum am văzut, grupărilor mai vechi, grupările noi, mereu mai extinse şi mai masive, publicurile, cum le-am numit, nu fac numai ca domnia modei să succeadă domniei cutumei, inovația tradiției, ci ele înlocuiesc în acelaşi timp diviziunile clare şi persistente între numeroasele varietăți ale asocierii umane cu conflictele lor fără sfârşit, printr-o segmentare incompletă şi variabilă, cu limite nedefinite, mereu pe cale de a se înnoi şi de a se intrepătrunde*”(p.47).

3.5. Forța devoratoare a opiniei publice

Care este puterea publicurilor? Autorul francez abordează această temă în termeni nuanțați. El nu vorbeşte despre o putere directă, nemijlocit modelatoare. Nu, publicurile acționează într-un fel concordant cu natura lor spirituală. Puterea lor constă în puterea de a influența opinia publică. Iar aceasta, la rândul ei, înrâureşte deciziile într-un domeniu sau altul. Avem de-a face deci cu o influență mijlocită, mediată, dar durabilă şi difuză. Publicurile în viața socială joacă un rol similar cu cel jucat de către lideri la nivelul grupurilor. Ele reprezintă partea cea mai activă a societății, cea care interpretează fenomenele noi, oferă dezlegări, lansează dezbateri, propune judecăți. Partea fără de care opinia publică nu ar putea exista. Publicul furnizează „agitația fascinantă” a oricărei democrații.

Opinia publică este produsul său natural, cealaltă fațetă a uneia şi aceleiaşi realități. „*Opinia este pentru public, în timpurile moderne, ceea ce sufletul este pentru corp, iar studierea unuia ne conduce în mod natural la studierea celuilalt*" (p.2).

Imaginativ, am spune puternic imaginativ, autorul francez construieşte structuri explicative, marchează cu dezinvoltură perimetrele unor noi domenii de cercetare, uneori fără preocuparea pentru adâncirea şi întemeierea judecăților. Clark avea dreptate să remarce că nu trebuie să căutăm la Tarde adîncime, ci mai ales intuiția sa, capacitatea de a sesiza fenomene, de a configura arii problematice care devansează timpul său. Aici, în aria opiniei publice, sociologul francez este mai preocupat de adâncimea investigației, ştie că se pot face obiecții la judecățile sale şi caută să adâncească şi să nuanțeze analiza. De pildă, previne observația că opinia a existat cu mult înaintea publicului, conceput de autor drept o realitate sociologică recentă şi oferă explicații suplimentare. „*Să spunem, mai întâi, că în acest cuvânt,* **opinie** *(subl. aut), se confundă de obicei două lucruri, care sunt amestecate de fapt, este adevărat, dar pe care o analiză atentă trebuie să le distingă: opinia propriu zisă, totalitatea judecăților, şi voința generală, totalitatea dorințelor. Ne vom ocupa aici mai ales, dar nu exclusiv, de opinia înțeleasă în prima din aceste accepțiuni"*. Distincția pe care o face autorul are o valoare de principiu indubitabilă. În actele, acțiunile şi inițiativele noastre, elementele de judecată şi de voință sunt combinate, uneori fără să ne dăm seama de acest lucru, alteori nedorind să recunoaştem că la adăpostul judecății strecurăm acte de voință nemărturisite. Această demarcație este foarte importantă în orice analiză a opiniei publice. Un argument îl constituie şi faptul că sociologul german Ferdinand Tönnies preia această distincție şi o subsumează unei construcții mai largi.

Pentru a înțelege mai bine natura opiniei, Tarde o analizează ca o componentă a spiritului public, noțiune mai largă, care cuprinde potrivit autorului atât tradiția – „extras concentrat şi cumulat a ceea ce a fost opinia celor dispăruți" - cât şi Rațiunea, care înseamnă judecățile relativ raționale, deşi adesea nesăbuite, ale unei elite care se desprinde de curentul popular pentru a-l limita şi conduce. De ce am menționat această vecinătate a opiniei. Pentru că „ea se extinde în defavoarea celor două". Ea distruge înainte de a putea înlocui. Ea porneşte atacuri împotriva uneia aliindu-se cu cealaltă şi invers, inițiază critici intermitente şi necontenite. Pentru a-şi instala dominația, ea devorează. Putem vorbi de o afectare mai pronunțată a uneia dintre rivale? Totul depinde, spune autorul, de atitudinea conducătorilor. Dacă aceştia fac parte din elita tradițională, atunci orientează opinia împotriva tradiției, „ceea ce nu este lipsit de primejdii". Când la conducere se află „primii veniți", aceştia se aliază cu tradiția în contra abordărilor raționale. În urma acestor confruntări

alternative, câştigă opinia, care nu încetează să se extindă, să-şi lărgească sfera de influenţă, să ocupe din ce în ce mai vizibil nu numai ceea ce numim astăzi spaţiul public, ci să se substituie chiar abordărilor raţionale din diverse forme de conducere ale societăţii. „*Nenorocirea este că Opinia contemporană a devenit atotputernică nu numai împotriva tradiţiei, lucru deja grav, dar şi împotriva raţiunii, raţiunii judecătoreşti, raţiunii ştiinţifice, raţiunii legislative sau politice uneori*”(p.4).

Aceasta este încadrarea opiniei publice propusă de către autor. În ceea ce priveşte definirea sa propriu zisă, Tarde subliniază câteva lucruri, toate importante şi toate legate de puterea imensă a presei. Cum am văzut, opinia publică este legată de apariţia publicului, el însuşi o creaţie a presei. Prin urmare şi opinia publică apare strâns legată de presă, este în fapt produsul ei. Opinia ca atare a existat şi poate exista, cum spune autorul ca „o grupare efemeră, mai mult sau mai puţin logică de judecăţi care, răspunzând unor probleme ridicate într-un anumit moment, se reproduce în nenumărate exemplare în persoanele aceleiaşi ţări, din acelaşi timp şi din aceeaşi societate”. Ce anume poate unifica aceste opinii existente în atâtea exemplare? Conştiinţa asemănării, spune autorul, pe care nu o poate da decât presa care răspândeşte zilnic în mii de exemplare aceeaşi opinie. Pentru a se transforma în opinie socială, opinia individuală trebuie să se afirme într-un fel public, să primească acest tip de recunoaştere. Altminteri, ea rămâne cu acest statut individual. „*Transformarea unei opinii individuale în opinie socială, în <opinia>, se datorează cuvântului public în Antichitate şi în Evul Mediu, presei în zilele noastre, dar în toate timpurile şi înainte de toate, conversaţiilor private*”(p5).

Cu aceasta, autorul intră într-un tip de contradicţie cu sine însuşi, pentru că a afirmat că opinia apare o dată cu publicul. Iată că acum vorbeşte de o opinie care poate să primească „botezul public”şi prin dezbaterile din agora, din pieţele publice ale antichităţii. Care sunt particularităţile opiniei publice deci. Sesizând acest fapt, Tarde chiar recunoaşte că o opinie a existat şi în perioada premergătoare apariţiei presei, o opinie care „se trezea din când în când” o opinie „naţională intermitentă”, care cunoştea în anumite situaţii de încordare momente de apogeu. O opinie în care vom descoperi „straturile suprapuse ale spiritului public”. Ce anume deosebeşte opinia publică de astăzi de acel tip de opinie? Opinia de astăzi este cu totul emancipată de elementele locale care impregnau vechea opinie şi care o opreau să devină cu adevărat reprezentativă la nivelul unei comunităţi naţionale. Acest salt este indus de către presă care axează dezbaterea publică pe probleme mult mai largi de o reală semnificaţie naţională. „*Cu cât mergem mai mult în trecut, cu atât opinia locală este mai dominantă. Naţionalizarea puţin câte puţin şi internaţionalizarea chiar din ce în ce mai mult a spiritului*

public a fost opera jurnalismului" (p. 9). Nu numai opinia capătă acest caracter național mult mai pregnant, ci şi organismele care reprezintă o comunitate națională, adunările parlamentale. Înainte de afirmarea presei, parlamentele erau o aglomerare de interese locale, o juxtapunere de opinii eterogene. Presa a omogenizat deopotrivă şi parlamentele, structurându-le drept organisme care se raportează la probleme de adevărat interes național.

Este o diferență netă între confirmarea publică din vremea antichității şi cea de astăzi. Dezbaterea de atunci se adresa unui grup în general restrâns, care cuprindea oameni ce se cunoşteau între ei. Erau dezbateri consistente, care accentuau importanța argumentelor şi a calității acestora, nu a numărului de participanți. Presa, prin puterea ei, se adresează altui tip de grup, format din oameni care nu se cunosc direct. Este ceea ce numeşte Tarde grup secundar*, un grup larg în care oamenii „sunt aproape fără a se vedea", iar „vocile nu pot fi decât numărate, nu şi cântărite". Opinia publică se formează în acest grup secundar, o realitate sociologică interferentă cu cea de public. În cadrul său valoarea argumentului se estompează în favoarea numărului. „*Presa a lucrat, deci, fără să o ştie la crearea puterii numărului şi la diminuarea celei a creierului, dacă nu şi a inteligenței*"(p. 6).

În sfârşit, fiecare eveniment stimulează opinii diferite. Noi spunem opinie, mărturiseşte Tarde, dar în legătură cu mai fiecare problemă există „două opinii de față". Cum se face selecția între aceste două opinii diferite. Foarte interesant că, într-un spirit care anunță criticile de mai târziu la adresa comunicării de masă, sociologul francez subliniază că nu calitatea intrinsecă a opiniilor respective contează, ci zgomotul care le însoțeşte, am spune chiar un tip de unilateralitate a abordării, care poate oricând degrada în manifestare zgomotoasă, dacă nu violentă. Să-l ascultăm pe autor care, repetăm, la sfârşitul secolului al XIX-lea intuieşte cu o forță impresionantă judecăți care astăzi sunt lucruri obişnuite. „*Numai una dintre cele două opinii ajunge destul de repede să o eclipseze pe cealaltă prin răspândire mai rapidă şi mai spectaculoasă, ori pentru că, deşi mai puțin răspândită, este cea mai zgomotoasă*" (p.5). Aşezați vă rog această afirmație făcută cu peste o sută de ani în urmă alături de aparatul conceptual care întemeiază „Spirala tăcerii" şi vedeți câtă asemănare veți constata. În multe lucruri excelează Tarde, dar în niciunul mai mult decât în intuirea unor evoluții viitoare. Ca să întărim această afirmație mai oferim un citat, la fel de semnificativ: „*O opinie nu reuşeşte să fie răspândită, nu se afirmă niciodată dacă este moderată;*

* această denumire a fost preluată de sociologia contemporană şi utilizată larg. Ar fi interesat de studiat de numele cui este legată formula de "grup secundar"

dar oricât de puțin răspândită ar fi, o opinie violentă se afirmă vizibil ” (p.5).

Sociologul care inițiază prima analiză de anvergură a opiniei publice așază noul concept şi noua realitate politică în cadre nu tocmai atrăgătoare, semnalând propensiunea ei pentru contitativ, pentru nivelare, pentru abordare zgomotoasă, caracteristici reluate şi dezvoltate mai târziu. Nu este greu să ne dăm seama că, dat fiind filiația opiniei publice, asemenea observații critice se îndreaptă, de asemenea, împotriva presei. Presa timpului său, iată fundamentul a tot ceea ce analizează Tarde. Ziarele care au început prin a publica mici ştiri locale, ziarele care au ajuns apoi să domine informația publică, ziarele care „au sfârşit prin a conduce şi prin a modela opinia, aproape după bunul lor plac, impunând discursurilor şi conversațiilor cea mai mare parte dintre subiectele lor cotidiene”.

3.6. Legătura intimă dintre opinie şi conversație

Opinia publică, după cum precizează autorul, este rezultatul a doi factori principali: presa şi conversația. Presa în primul rând şi conversația în rândul al doilea. Oare de ce această ierarhizare, deoarece conversația a precedat presa, ea are o existență simultană cu existența omenirii. Pe de altă parte, nu cunoaştem sociolog care să vorbească atât de cald, cu atâta disponibilitate, uneori cu accente de patetism despre conversație şi importanța ei. În acelaşi timp, ziarul se împlineşte prin conversație. Din punctul de vedere al presei, ce este conversația? Proba cea mai palpabilă că informațiile difuzate au ajuns la cititor şi au declanşat un tip de reacție. Rațiunea de a fi a unui ziar este de a informa cititorii. Cum ne dăm seama că un ziar este citit? Astăzi există studii de piață, dar atunci? Conversația reprezenta ceva mai mult decât proba lecturii, era dovada interesului. Nu discuți dacă ceva anume nu ți-a atras atenția, nu te-a impresionat, nu ți-a contrazis părerile de până atunci. Deci dacă nu ai citit ceva pe care simți nevoia să-l împărtăşeşti, să-l discuți cu altcineva. Un ziar necitit este un nonsens. De aceea, stimularea conversației, se înțelege în jurul subiectelor pe care le publică, este obiectivul suprem al unui ziar, împlinirea sa profesională. „Dacă oamenii nu discută, ar fi cu totul inutil să publicăm ziare”. Deci în ultimă instanță, conversația este un tip de măsură a calității şi influenței unui ziar. Ca să nu mai vorbim de faptul că ea, conversația are o forță greu de evaluat. De ce atunci autorul, când vorbeşte despre opinie publică situează în rândul întâi presa şi apoi conversația? Pentru că, în „ultima vreme” subiectele conversațiilor provin în mare măsură de la aceeaşi sursă unificatoare şi nivelatoare, presa. „*Nu vom şti, nu ne vom putea imagina niciodată în ce măsură jurnalismul a transformat, îmbogățit şi, în acelaşi timp, a nivelat,*

a unificat în spaţiu şi diversificat în timp conversaţiile indivizilor, chiar ale celor care nu citesc ziare, dar care discutând cu cititorii de ziare, sunt obligaţi să calce pe urmele gândurilor lor de împrumut. Este suficient un condei pentru a pune în mişcare milioane de limbi"(p. 10). Perspectivă de tratare care îşi găseşte materializare în diferite manifestări cotidiene: „în fiecare dimineaţă, ziarele servesc publicului lor conversaţia din timpul zilei", „similitudinea crescândă a conversaţiilor simultane într-un spaţiu geografic din ce în ce mai vast" etc.

Şi, totuşi, date fiind anterioritatea copleşitoare a conversaţiei, diversitatea sa enormă, forma pe care o îmbracă, de bombardament informaţional corpuscular, greu de urmărit, greu de evaluat, şi poate nu în cele din urmă ataşamentul* fără dubii la această formă de comunicare, chiar o anumită seducţie pe care o exercită asupra autorului semnificaţia conversaţiei ("neglijată aproape în totalitate de sociologi"), Tarde tratează cu mult mai multă nuanţă raportul presă-conversaţie. Nu mai întâlnim acea determinare ca în cazul relaţiei presă-public. Nuanţează cât poate de mult influenţa presei (dar presa nu este decât una dintre cauzele opiniei şi una dintre cele mai recente) şi îngroaşă, cât îi poate permite viziunea sa de ansamblu, rolul conversaţiei ("factorul opiniei pe care l-am recunoscut deja a fi cel mai îndelungat şi universal, micul său izvor invizibil care curge în orice timp şi în orice loc cu un debit inegal"). Atât de mult, încât conversaţia este tratată **ca factor de sine stătător** al opiniei, cu o greutate specifică. Nu este deloc anulată legătura între presă şi conversaţie, dar este întărită relaţia conversaţie-opinie; autorul vorbeşte chiar despre un raport de determinare al opiniei de către conversaţie, care nu ar putea fi înţeles în absenţa caracterului de sine stătător al conversaţiei în raporturile sale cu presa. Dacă întreg conţinutul conversaţiei ar fi determinat de către presă, atunci relevarea conversaţiei, ca factor al opiniei, ar fi lipsită de sens. Că nu avem de-a face cu o asemenea relaţie mecanică, ne-o spune şi următorul text. "*Rolul politic al conversaţiei nu este mai mic decât rolul său lingvistic. Există o legătură strânsă între funcţionarea conversaţiei şi schimbările Opiniei de care depinde instabilitatea Puterii. Acolo unde Opinia se schimbă puţin, lent, rămâne aproape imuabilă, se întâmplă astfel din cauza conversaţiilor rare, timide, învârtindu-se într-un cerc strâmt de bârfă. Acolo unde Opinia este mobilă, agitată, trece de la o extremă la alta, este din cauza conversaţiilor frecvente, îndrăzneţe, emancipate. Acolo unde Opinia este slabă, este pentru că se discută fără însufleţire; acolo unde este puternică, este pentru că se discută foarte mult; acolo unde este violentă, este pentru că oamenii se entuziasmează*

* formulele folosite de către Tarde în legătură cu conversaţia sunt de o frumuseţe aparte: în conversaţie "spiritele se vizitează reciproc", conversaţia este o "floare estetică a civilizaţiilor", iar arta conversaţiei nu s-a putut naşte decât după "o lungă ascuţire a spiritului"

discutând, acolo unde este exclusivă, exigentă, tiranică, este pentru că cei care discută sunt pradă vreunei obsesii colective; acolo unde este liberală, este pentru că discuțiile sunt variate, libere, hrănite de idei generale"(p. 45). Apreciere întărită de următoarea afirmație lipsită de orice echivoc: "*Această legătură intimă între opinie şi conversație ne permite să suplinim, în anumite cazuri, absența documentelor legate de prima, atunci când a doua ne este cunoscută*"(p.45). De pildă pe baza acestei corelații, astăzi se poate spune că "guvernele din Atena au fost guverne de opinie mai mult decât cele din Spania".

3.7. „Versiunea franceză a <fluxului comunicării în două trepte>"

Am insistat atât de mult asupra acestui aspect pentru că de rezolvarea lui depinde considerarea lui Tarde drept un prim teoretician care a semnalat că drumul informației de la presă către cititor nu este unul direct, ci unul mijlocit de conversațiile noastre. Conversațiile preiau mesajele de presă şi le comentează, le prelucrează, putem spune cu un termen mai recent le "localizează", pentru că aceeaşi ştire de presă va fi comentată într-un fel în mediul urban şi altfel în cel rural, într-un fel în cercurile academice şi în altul în fermele agricole. Conversațiile sunt ca o adevărată stratosferă publică, în măsură să filtreze, să medieze, să amplifice ş.a.m.d. Evident, Tarde nu vorbeşte în aceşti termeni, dar amploarea pe care o acordă în analiza sa conversației, pozițiile clare cu privire la influența sa asupra Opiniei, ne arată că sociologul francez acordă o semnificație specială conversațiilor pe care noi astăzi avem datoria de a o semnala şi de a o considera ca o contribuție teoretică de primă importanță. Mai târziu, peste aproximativ o jumătate de secol, această interpretare a fost fundamentată pe o cercetare concretă şi a luat forma teoriei "fluxului comunicării în doi paşi". Sunt discuții în literatura de specialitate dacă nu ar trebui să-l considerăm pe Tarde autorul acestei teorii(vezi Drăgan). Ceea ce putem spune este că Tarde a gândit şi interpretat traseul informației în două trepte distincte şi a relevat cu o forță deosebită rolul conversației în formarea Opiniei. Un autor de talia lui Elihu Katz încerca o mediere a acestei dispute şi sublinia semnificativ că Tarde " a oferit versiunea franceză din secolul al XIX-lea a ceea ce a devenit cunoscut ca < fluxul comunicării în două trepte >"(in Clark, 1969, p.57).

Pentru noi, lucrarea „L'opinion et la foule" are o importanță cu totul specială, pentru că materializează o viziune sociologică modernă, construită pe fenomene noi, puțin sau deloc sesizate de către cercetarea momentului. În primul rând, este, cel puțin după cunoştința noastră, prima lucrare care vorbeşte despre public, despre determinările lui sociologice,

despre raporturile sale cu mijloacele de informare moderne. Despre public se scrie şi se discută mult astăzi, cu deosebire în studiile despre audiența media, despre impactul social al mass media. Sunt multe încercări de definire şi conceptualizare a acestei categorii foarte importante a vieții sociale moderne. Nu putem uita însă – ceea ce se cam întâmplă – că prima încercare de conceptualizare a publicului aparține lui Gabriel Tarde, conceptualizare care îşi menține multe note de actualitate. De altfel, autorul francez are o înrâurire considerabilă asupra Şcolii de la Chicago, cu deosebire asupra lui Robert Park (1921), mai ales în ceea ce priveşte problemele legate de public şi mulțime.

Sociologul francez intreprinde prima analiză de respirație a triadei presă – conversație – opinie publică. Fiecare asemenea moment are autonomia lui, dar toate sunt conectate într-un adevărat circuit. Ceea ce le leagă şi le menține laolaltă este fluxul permanent al informațiilor de presă. Conversația a existat şi înainte de apariția presei, dar ea se consumă pe subiecte mărunte, de importanță personală sau locală; conectarea ei cu presa i-a conferit alt conținut şi a ridicat-o la alt nivel de altitudine, a încadrat-o într-o dezbatere la nivel național. În acelaşi timp, conversația are şi o importanță de sine stătătoare, care îi permite să exercite un impact foarte important asupra Opiniei. De aceea, conversația trebuie văzută şi ca factor de mediere, şi de amplificare a influenței media. Aici rolul lui Tarde de predecesor al teoriei fluxului comunicării în doi paşi nu poate fi în nici un fel negat, deşi este arareori menționat.

Indiferent că vorbim despre public, despre conversație sau opinie publică, în fond vorbim despre presă, pentru că presa este factorul declanşator şi unificator al acestor noi fenomene sociologice. În felul acesta, Tarde este din nou în poziția de a desțeleni un teren şi de a-l reda cercetării de specialitate. Sociologul francez intreprinde, din punctul nostru de vedere, primul studiu consistent şi de amploare asupra presei şi impactului său social, materializat în declanşarea unor fenomene noi şi spectaculoase. Cu drept cuvânt, putem spune că Tarde se înscrie printre întemeietorii studiului media, fireşte cu mijlocele de care dispunea atunci, aplicate unui nivel anume de dezvoltare pe care îl atinsese presa. Dar anvergura sociologică a analizei nu poate fi pusă la îndoială. Întrucât gînditorul francez este menționat foarte puțin sau de loc în sintezele istorice privind evaluția studiului mass media, dar şi a opiniei publice sau a publicului, putem vorbi despre un gânditor nedreptățit.

4. Ferdinand Tönnies: "filozoful comunității"

Ne vom ocupa acum de un alt sociolog de mare prestigiu: Ferdinand Tönnies. Şi în cazul lui va trebui să insistăm puțin asupra creației sociologice. Nu numai datorită valorii recunoscute a acesteia. Ca şi în cazul lui Tarde, avem de-a face cu o creație care deschide alte perspective de înțelegere a comunicării. Cum am spus, viziunea lui Tarde despre imitație poate fi "citită", într-un registru mai larg, ca un tip de teorie a difuzării, sau cel puțin poate oferi multe puncte de sprijin pentru o înțelegere mai largă a acestei teorii, extrem de importante pentru comunicare. Creația sociologică a lui Tönnies este centrată în jurul noțiunii de comunitate. Este acest concept important pentru comunicare? Am spune nu important, ci fundamental. O să descoperim pe parcursul disciplinei noastre ce spun în această privință reprezentanții Şcolii de la Chicago sau cei ai Studiilor culturale britanice, care asociază foarte mult procesul de comunicare cu cel de refacere a spiritului comunității în viața societății moderne. Evident, Tönnies nu putea să nu abordeze şi această problemă pe care o vom examina în continuare. Deocamdată, un simplu exemplu. Vorbind despre caracteristicile empirice ale Opiniei publice, în starea ei "gazoasă", deci într-o stare nesedimentată, mişcătoare, chiar confuză, şi despre efectele publicării de către ziare a aceloraşi ştiri în toate colțurile țării, cu alte cuvinte despre efectele comunicării unidirecționale, cum am spune noi astăzi, autorul subliniază: "*Ar exista condiții pentru discuții particulare care ar reprezenta obstacole în propagarea unui fapt. Numai că orăşenii trăiesc precum străinii între străini şi, în felul acesta, fiecare împărtăşeşte opinia dominantă, percepută ca opinia oamenilor de bun simț*" (2000, p.185). Deci unui flux de informații care vine dintr-o sursă specializată, cum ar fi ziarul, individul, singur, nu poate să-i facă față. Trebuie un răspuns cât de cât echivalent, şi atunci nu putem avea în vedere decât un grup mai mare de oameni, o comunitate care să confere şi mai multă substanță răspunsului, dar şi prestigiu – este poziția unei comunități – de ce nu şi altă forță de răspândire.

Ferdinand Tönnies marchează un moment important în evoluția sociologiei din Germania şi din Europa, în sensul că inaugurează o nouă perspectivă asupra disciplinei, în care accentul cade pe noțiunea de comunitate, de voință etc. Această perspectivă îl conduce pe Tönnies la descoperirea unui **câmp de cercetare nou**, cel reprezentat de comunicare şi problemele înrudite cu aceasta, la examinarea unei teme cheie şi de pionierat la acea vreme a comunicării, cea a opiniei publice. Lucrarea

Comunitate şi Societate conţine un subcapitol intitulat simplu „Opinia publică”, cu puţin mai mare de două pagini. O schiţă strălucită a unei teme care a fost şi continuă să fie controversată. Apoi problematica este reluată într-o tratare de largi proporţii în lucrarea „Critica opiniei publice”, apărută în 1922. Deci, în acelaşi an cu lucrarea lui Walter Lippmann, „Public Opinion”.

La început necunoscut, descoperit în a doua parte a vieţii, Tönnies rămâne un gânditor mai puţin înţeles, îmbrăţişat de orientări care au fost animate de nevoia de a identifica în opera sa argumente pentru viziunea lor şi nu de dorinţa de a pune în valoare o creaţie într-adevăr durabilă. De aceea, atât opera, cât şi aprecierile cu privire la creaţia lui Tönnies au cunoscut Deci „Comunitate şi Societate” este publicată în 1887 într-un tiraj de 500 de exemplare, din care s-au vândut jumătate. suişuri şi coborâşuri surprinzătoare. Deci „Comunitate şi Societate” este publicată în 1887 într-un tiraj de 500 de exemplare din care s-au vândut jumătate. Durkheim salută lucrarea, găsind-o folositoare, dar respinge „deplângerea de către Tönnies a caracterului artificial al vieţii moderne” (Introduction to the Transaction Edition). Consacrarea lucrării are loc în perioada interbelică, cu deosebire în anii ’20. Prima reeditare are loc în 1912 dar până la moartea autorului, survenită în 1936, mai apar încă 6 ediţii.

În ce context are loc descoperirea lucrării? Sociologia devine obiect de studiu în universităţile germane, ceea ce impunea prezentarea tuturor direcţiilor de cercetare, indiferent cum erau ele percepute şi valorizate; deci şi viziunea despre sociologie promovată de Tönnies. În secolul XX, în Germania ia naştere o vie dezbatere privind strategia de modernizare a ţării. Cu deosebire după primul război mondial, s-a dezvoltat o întreagă orientare care teoretiza protejarea patrimoniului german de „raţionalismul şi ştiinţa vestică”, ceea ce a condus la descoperirea ideii de comunitate lansată de către Ferdinand Tönnies, considerat „filozoful comunităţii”.

Pentru că avem de-a face cu o creaţie care aduce în prim planul analizei comunitatea, prin forţa lucrurilor greu de despărţit de tradiţie, de contextele evolutive ale unei naţiuni, opera autorului german a fost asociată şi cu practicile fasciste din anii 30, iar în perioada postbelică a fost pusă la index, pe motiv că ar fi facilitat sau ar fi oferit argumente pentru mişcarea de extremă dreaptă din Germania. Interdicţia nu a putut dura, pentru că nu avea o bază reală, Tönnies fiind iarăşi descoperit sub impactul dezvoltării cercetării din domeniul sociologiei şi comunicării, pentru care noţiunea de comunitate are o valoare de referinţă.

Deci ceea ce ne-a îndemnat să prezentăm mai pe larg creaţia lui Tönnies este relevanţa sa pentru domeniul comunicării. Nu putem să nu menţionăm, aşa cum am procedat şi în cazul lui Tarde, că opera lui Tönnies învederează un adevăr: la întretăierea secolului al XIX-lea cu cel

de-al XX-lea, gândirea europeană în domeniul comunicării era în avans față de cea americană. Deci nu numai că nu existau decalajele care au intervenit mai târziu în favoarea celei americane, dar gândirea europeană păstra o anumnită întâietate. Avantaj pe care îl va pierde în câțiva ani, perioada interbelică marcând instalarea cercetării americane la timona studiului comunicării. În acelaşi timp, lucrarea Comunitate şi Societate stă mărturie „a trecutului glorios al ştiinței sociale germane" . Prin creația lui Tönnies avem prilejul să prezentăm un filon al gândirii europene în domeniul studiului comunicării, obiectiv pe care l-am asumat.

Materialul de referință pentru noi l-au constituit lucrările Community and Society, (traducerea în engleză a lucrării Gemeinschaft und Gesellschaft, Transaction Publishers, New Brunswick (USA) and London (UK), third printing, 2002) şi Ferdinand Tönnies on Public Opinion (Rowman & Littlefield Publishers, Boston, 2000), reprezentând o selecție din lucrarea autorului german „Critica opiniei publice"(Kritik der offentlichen Meinung), apărută în 1922. Traducerea în engleză a ultimei lucrări este asigurată de doi specialişti de renume în domeniul comunicării, Hanno Hardt şi slovenul Slavko Splichal, cunoscut prin preocupările sale în domeniul opiniei publice, întruchipate într-un volum de sine stătător consacrat acestui domeniu(Slavko Splichal, 1999). Cum precizează şi traducătorii, lucrarea originală a lui Tönnies este voluminoasă, de 583 de pagini, pe care autorul german a început-o în 1915 şi a încheiat-o în 1921[*]. Traducerea pe care noi am avut-o la îndemână este o selecție din această lucrare masivă, făcută cu ochiul avizat al celor doi specialişti menționați mai înainte.

4.1. Două concepte polare: „Gemeinschaft" şi „Gesellschaft"

Pentru a înțelege mai bine viziunea autorului german despre opinie publică, este nevoie să prezentăm succint viziunea sa despre comunitate (Gemeinschaft) şi societate (Gesellschaft)[*]. Facem acest lucru nu pentru a

[*] Ca reprezentant al gândirii germane, Tönnies va fi tentat de o abordare teoretică mai adâncă a domeniului atât de dezbătut reprezentat de opinia publică. El are o solidă pregătire în ceea ce am putea numi istorie culturală. Cunoaşte bine latina şi greaca, are lecturi temeinice ale marilor gânditori din antichitate, precum şi din literatura anglo americană în domeniul sociologiei şi politologiei. La care putem adăuga propensiunea sa personală pentru clarificarea problemelor terminologice. În 1899 publică un eseu „Philosophical Terminology", premiat la acea vreme, în care dezvoltă o teorie a semnelor şi a limbajului, aşa cum sunt ele folosite în mod obişnuit. Am făcut aceste mențiuni sumare pentru a avertiza cititorii asupra efortului pe care îl solicită înțelegerea distincțiilor pe care le operează Tönnies privind conceptul de opinie publică, dar care ne ajută să ne reprezentăm mai nuanțat acest domeniu. Este, dacă vreți, un alt motiv pentru care autorul german figurează în această schiță de istorie a studiului comunicării.

[*] Traducerea în engleză a titlului lucrării diferă. De pildă, Samples îl traduce prin "Community and Society". Charles Loomis, care traduce şi adnotează această lucrare în 1955, găseşte că formula mai

rezuma mai exact creaţia lui Tönnies, ci pentru a încadra cu fidelitate viziunea sa despre opinia publică în ansamblul operei, cu deosebire a principalei sale lucrări „Gemeinschaft und Gesellschaft". Faptul că încă din 1887 consacră câteva pagini opiniei publice arată legătura organică dintre opinia publică şi afirmarea relaţiilor raţionale şi impersonale care caracterizează evoluţia în faza Gesellschaft.

Cum remarca şi Pitirim Sorokin, Tönnies, ca mulţi alţi mari gânditori, impune o idee centrală pe care, însă, o dezvoltă în toate ramificaţiile sale(Community and Society, 2003, Foreword). În cazul nostru, ideea se referă la teoria despre comunitate şi societate, ca două modele diferite de mentalitate, de comportament şi, în fond, ca două tipuri de societate. Tema, cum remarca acelaşi autor, nu este nouă, ea având atât predecesori celebri - de la Confucius, la Platon, Aristotel sau Cicero (care în diferite feluri au vorbit despre stadiile de evoluţie a societăţii şi relaţiile caracteristice acestor stadii) – cât şi continuatori de renume, de la Durkheim la Pitirim Sorokin. Care sunt meritele lui Tönnies în acest context?

Autorul german dezvoltă o teorie de sine stătătoare despre comunitate şi societate, în acord cu evoluţia societăţii moderne. El explică procesul de modernizare a societăţii prin această trecere de la un stadiu la altul de evoluţie, de la comunitate la societate. Este un proces de raţionalizare, care implică o deplasare de la relaţiile bazate pe familie şi breaslă către cele fundamentate pe raţionalitate şi calcul. Gemeinschaft este acel stadiu în care dominante sunt relaţiile de ordin emoţional, legăturile directe bazate pe ataşamentul faţă de loc, pe un status bine definit şi pe o comunitate omogenă. Gesellschaft este stadiul asociat cu urbanismul, cu viaţa industrială, cu mobilitatea, cu eterogenitatea şi impersonalitatea. Ecoul construcţiei lui Tönnies a fost aşa de mare, încât Gemeinschaft şi Gesellschaft au ajuns un model explicativ, iar autorul său - întemeietor de paradigmă într-un proces aşa de important precum modernizarea socială. Durkheim distinge şi el între solidaritate organică şi cea mecanică. În opera lui Max Weber statusul , căsnicia şi stilul de viaţă sunt puse în opoziţie cu interesele, grupurile economice şi clasele sociale. De asemenea, distincţiile pe care le operează Parsons între particularism şi universalism, atribuire şi dobândire au fost generate de această pereche fundamentală de concepte polare – Gemeinschaft şi Gesellschaft – ca formulă de explicare a schimbărilor sociale care însoţesc modernitatea.

---

potrivită este "Community and Association". Acelaşi autor traduce şi adnotează, semnând şi Introducerea lucrării în 1940 şi lasă drept titlu propriu zis titlul seriei respective, Concepte fundamentale de sociologie şi ca subtitlu Gemeinschaft un Gesellschaft(1940). Cert este că termenul Gesellschaft are şi acest sens de asociere deliberată a oamenilor, pe baze contractuale. În ceea ce ne priveşte, vom folosi denumirea din germană.

Mai este un lucru care se cuvine subliniat. Lucrarea Gemeinschaft şi Gesellschaft apare într-un moment în care evoluția de tip gesellschaftist era în plină afirmare, când gândirea socială nici nu îşi punea problema criticii acestui model de dezvoltare. Deci Tönnies a identificat „slăbiciunile bine ascunse" ale acestui tip de societate cu mult înainte ca tema să devină o dominantă a gândirii sociale. Aşa ne putem explica ecoul modest în epocă – societatea nu era pregătită pentru receptarea unui asemenea demers – precum şi succesul de mai târziu, când slăbiciunile de care aminteam au ieşit la iveală, societatea a început să-şi pună întrebări iar lucrarea autorului german a putut oferi răspunsuri. Este şi motivul pentru care Tönnies a fost socotit „fondatorul teoriei comunităților" (2003, p.119).

Demersul autorului german este, în primul rând, conceptual. Tönnies mărturiseşte că datorită terminologiei germane, Gemeinschaft şi Gesellschaft sunt considerate ca două forme de asociere şi folosite „la întâmplare, fără nici o distincție". De aceea, el îşi propune să le examineze ca o pereche antinomică, dat fiind „contrastul inerent dintre aceste două concepte"(p. 33). Gemeinschaft reprezintă acel stadiu caracterizat printr-o viață organică. Ce înseamnă acest lucru? În primul rând, existența împreună, „ca o singură familie", a persoanelor care compun o comunitate; de aici şi sentimentul dominant că aceste persoane au legături puternice „la bine şi la rău". Dominante sunt credințele, aspectele morale şi religioase ale vieții, împărtăşirea valorilor care ghidează viața acestor comunități. Fireşte că şi într-o asemenea fază de evoluție există relații de proprietate, relații între parteneri comerciali; dar este foarte greu să vorbim despre o „comunitate comercială". Gesellschaft este o structură mecanică, un conglomerat, un tip de aglutinare. Ea are coerența ei, dar rezultată din reguli impersonale, de tip contractual. De aceea, individul trăieşte într-o asemenea asociație „ca într-o țară străină"(2002, p.34). Oamenii nu trăiesc împreună, ci coexistă „independent unul față de celălalt". De aceea, Gesellschaft există cu deosebire în domeniul comerțului, al muncii, al ştiinței, unde s-au format structuri pentru scopuri anume, unde domină regula şi organizarea de tip rațional.

Concluzia formulată de Tönnies fixează această dihotomie ireductibilă: Gemeinschaft este „mai vie şi forma cea mai durabilă şi mai autentică de a trăi împreună", pe când Gesellschaft „este tranzitorie şi superficială"(2002, p. 35). Ca urmare, „Gemeinschaft trebuie înțeleasă ca un organism viu, Gesellschaft ca un agregat mecanic şi un produs artificial"(Idem).

Gemeinschaft este un gen de extindere a relațiilor de tip familial, unde predominante sunt legăturile de cooperare, de transmitere a unei moşteniri, de împărtăşire a unor gânduri şi valori comune. Această relație

strânsă modelează întreg câmpul legăturilor dintre membrii comunității respective. Chiar şi relația de autoritate, care ar putea implica dezarmonie şi conflict nu semnifică posesia şi folosirea autorității în interesul celui care o deține, ci preocuparea de a educa şi de a instrui, de a transmite o experiență de viață, acumulată în timp. Un asemenea model este reprezentat de figura simbolică a tatălui. El a moştenit o experiență istorică la care a adăugat propriile acumulări. Preocuparea sa este de a transmite o asemenea experiență către copii, care vor creşte în atmosfera unei relații reciproce autentice, dominată de reguli nescrise dar foarte puternice, tocmai pentru că au acoperire într-o întreagă evoluție istorică. Potrivit tradiției, primul născut se bucură de un drept natural: el este cel mai apropiat de tată şi este îndreptățit să ocupe, primul, locul pe care tatăl lui, devenit bătrân, îl părăseşte. Autoritatea deplină a tatălui este transferată fiului cel mare de la naştere. În felul acesta, forța vitală a unei tradiții este mereu reînoită prin succesiunea taților şi a fiilor.

Dacă vom rămâne la suprafața lucrurilor, avertizează Tönnies, putem să confundăm Gesellschaft cu Gemeinschaft, pentru că avem de-a face cu indivizi care trăiesc şi muncesc împreună. Numai că „*în Gemeinschaft ei rămân în mod esențial uniți, în ciuda tuturor factorilor care îi separă, în timp ce în Gesellschaft ei sunt în mod esențial separați în ciuda factorilor care îi unesc*”(2002, p. 65). Nu găsim în această formă de organizare acțiuni care să derive dintr-o necesară unitate, existentă anterior; de aceea nici o acțiune nu exprimă voința şi spiritul de unitate, chiar dacă este dusă la îndeplinire de către un individ şi are loc în numele celor uniți cu el. „În Gesellschaft asemenea acțiuni nu există”. Aici fiecare este „prin el însuşi” şi într-un mod izolat, ceea ce face să existe condiția tensiunii cu celălalt. Sferele de acțiune şi de putere sunt clar separate, încât pătrunderea altei persoane în propria sferă este întâmpinată ca un gest ostil. Dacă cineva face un lucru bun, îl face doar pentru a primi ceva în schimb, care i se pare mai avantajos. „*Deci toate bunurile sunt concepute drept separate, aşa cum sunt şi proprietarii lor. Dacă cineva are şi se bucură de ceva, are şi se bucură cu excluderea celorlalți. Ceva care să fie deținut împreună nu există*”(Idem).

Nu vom intra în amănuntele analizei pe care autorul german o face stadiului de Gemeinschaft şi de Gesellschaft a societății umane. Mai ales că este o analiză care, după expresia lui Stoltenberg, aminteşte de „un frumos şi vechi castel, cu multe anexe, fiecare datând din secole diferite”(2002, p. 263). Să mai amintim că în viziunea lui Tönnies viața în stadiul de Gemeinschaft se desfăşoară în familie, în sate şi în orăşele mici, pe când în Gesellschaft în mari oraşe, națiuni şi metropole. Aşa cum ocupațiile predominante în primul stadiu sunt cele legate de gospodărie, de agricultură, respectiv de economie, cele din al doilea stadiu de comerț, industrie şi ştiință.

4.2. Voinţă naturală, voinţă raţională

Al doilea grup de concepte fundamentale pentru creaţia lui Tönnies este cel alcătuit din „voinţa naturală" şi „voinţa raţională". Ele sunt de o egală importanţă cu Gemeinschaft şi Gesellschaft. Iată mărturisirea autorului: *„Interpretarea corectă a conceptului de voinţă umană este esenţială pentru buna înţelegere a întregului tratat"(2002,* p.103). De altfel, toţi exegeţii operei lui Tönnies vorbesc de patru concepte fundamentale: Gemeinschaft, Gesellschaft, Wesenwille (Voinţă naturală) şi Kurwille (Voinţă raţională). Atât de importante sunt aceste concepte, încât un comentator de talia lui John Samples, cel care scrie Introducerea la ediţia pe care am folosit-o, precum şi un capitol de Note foarte instructive cu privire la conceptele fundamentale ale creaţiei lui Tönnies, avansează ideea că partea a doua a lucrării, cea dedicată conceptului de voinţă umană (cu ramificaţiile sale: „voinţa naturală" şi „voinţă raţională") ar fi putut constitui un prim capitol, pentru a uşura înţelegerea din partea cititorului.

Să mai precizăm că această traducere comportă şi ea anumite nuanţări. De pildă Wesenwille, cum menţionează şi John Samples, ar mai putea fi tradus şi prin „voinţă integrală", întrucât ea reprezintă, potrivit lui Tönnies, „echivalentul psihologic al corpului uman"(Idem), în timp ce Kurwille ar mai fi putut fi tradus prin „voinţă colectivă". În viziunea lui Tönnies, voinţa raţională este conectată în primul rând cu creierul care ghidează corpul. Am dorit să facem aceste precizări, întrucât nu am operat direct pe ediţia germană şi orice traducere nu poate reda cu exactitatea toate nuanţele iniţiale, mai ales cînd este vorba despre o traducere din germană.

Concomitent, subliniem încă o dată faptul că avem de-a face cu o construcţie conceptuală. De aceea, totul apare distinct, clar, fără interferenţele pe care, în mod obişnuit, le oferă viaţa. Iată mărturisirea autorului: „*Conceptele privind formele voinţei nu sunt nimic altceva decât produse ale gândirii, instrumente concepute să faciliteze înţelegerea realităţii. Ca produse libere şi arbitrare ale gândirii, aceste concepte normale sunt reciproc exclusive; voinţa naturală şi voinţa raţională sunt separate în mod strict*." Aşa cum este cazul şi cu Geseinschaft şi Gesellschaft. „*Observaţia şi inferenţa vor arăta cu uşurinţă că nici o voinţă naturală nu va putea acţiona vreodată fără voinţa raţională prin care îşi găseşte expresia şi nici o voinţa raţională fără cea naturală pe care se bazează*".

Cele două concepte fundamentale de voinţă sunt asociate în mod specific cu cele două etape ale evoluţiei sociale: voinţa naturală cu

comunitatea, cea rațională cu societatea. Purtătorii acestor două forme de voință sunt: **sinele,** în cazul voinței naturale, şi **persoana,** în cazul celei raționale. Spre a înțelege mai bine particularitățile acestor două tipuri de voință, să le analizăm, aşa cum procedează şi autorul, în raport cu alți doi parametri fundamentali ai existenței, cu gândirea şi cu acțiunea.

Ambele concepte se referă la unn demers mental care presupune gândirea, dar într-o manieră distinctă. Voința naturală include gândirea, o conține, iar gândirea se află într-o relație armonioasă cu celelalte componente ale vieții. Fiecare tip de voință reprezintă un întreg de sine stătător şi are de-a face cu o multitudine de sentimente, instincte şi dorințe. În cazul voinței naturale unitatea de sentimente, instincte şi dorințe este o unitate reală şi naturală, în timp ce în al doilea caz este o unitate conceptuală şi artificială. Voința naturală este o expresie a principiului unității vieții. Ea presupune gândirea dar nu în mod de sine stătător şi desprins de celelalte componente ale vieții. Gândirea, sentimentele, instinctele şi dorințele se influențează reciproc şi prezintă un gen de concomitență în timp. Voința naturală este asociată preferențial cu trecutul şi poate fi înțeleasă cu deosebire în termenii timpului trecut. Nu exclude sau nu neglijează complet viitorul, dar acesta apare doar ca o stare emergentă, sub o formă embrionară.

Voința rațională se caracterizează prin această desprindere clară de celelalte sentimente şi dorințe ale ființei umane. Şi ea este asociată cu ele. Numai că, în acest caz, gândirea devine o componentă dominantă, care le subordonează pe toate celelalte. Gândirea capătă preeminență, dar această victorie are un preț: unitatea inițială se destramă. Omul, grupul, se dezvoltă cu preponderență pe o singură dimensiune, cea rațională. Tönnies spune că voința rațională conține viitorul ca imagine. Pentru că ea este structurată în jurul gândirii, iar aceasta anticipează, proiectează îşi gândeşte devenirea.

„*Aceste două concepte diferite de voință au în comun faptul că sunt concepute drept cauze pentru or tendințe către acțiune*”, precizează Tönnies. Numai că modul cum se realizează această tendință este diferit. Voința naturală este în mod necesar prezentă în orice activitate umană. Este concomitentă cu acțiunea şi este greu de trasat o graniță despărțitoare sau una temporară între voință şi acțiune. Ele alcătuiesc un tot unitar şi se influențează reciproc. Nu este o relație cauză efect, ci una de influențare concomitentă.

Voința rațională precede activitatea şi îşi mentine propria identitate. Aici se poate stabili o graniță între voință şi acțiune. Aceasta din urmă este o întruchipare a voinței raționale. Ambele forme de voință reprezintă un tip de stimul extern care acționează asupra noastră şi ne pune în mişcare. A gândi în spiritul voinței raționale înseamnă a imagina rezultatele probabile sau sigure ale acțiunilor posibile pe care le-ar

desfăşura o persoană şi a evalua astfel de acţiuni prin intermediul unui rezultat final. Rezultatul acestor evaluări, un rezultat imaginat de bună seamă, devine, la rîndul lui, un gen de filtru care selectează şi eşalonează acţiunile care vor fi duse la îndeplinire. Acesta este specificul voinţei raţionale: proiecţia acţiunii, pentru a fixa anumite standarde şi a propune priorităţi. Aşa credem că trebuie înţeleasă formularea autorului potrivit căreia voinţa raţională poate fi înţeleasă numai ca raportare la viitor de care este aşa de mult preocupată.

4.3. Morfologia opiniei publice

Cum am menţionat, Tönnies a cunoscut lucrarea lui Tarde despre opinie şi mulţime, care a exercitat o influenţă asupra sa. Pe parcurs, vom semnala domeniile unde am putut resimţi influenţa de care vorbeam. Să nu uităm însă că Tönnies vorbeşte chiar în Gemeinschaft und Gesellschaft, deci înainte de apariţia lucrării lui Tarde, despre opinie publică şi consacră temei câteva pagini. Pagini însă de o remarcabilă densitate. De accea, dorim mai întâi să prezentăm felul în care înţelegea autorul german opinia publică, atunci la 1887. El semnalează trei caracteristici importante ale opiniei publice .

Sub influenţă kantiană dar şi sub cea iluministă, Tönnies consideră că opinia publică are elemente de raţionalitate, se formează în urma unui proces de examinare atentă şi echilibrată a diverselor teme. „*Opinia publică pretinde că stabileşte norme generale valide printr-o atentă examinare a doctrinelor acceptate de către ea. În tendinţă şi formă, ea este o opinie ştiinţifică şi luminată*”(Community and Society, 2002, p. 220). Ea are o importanţă specială în stadiul de Gesellschaft a societăţii umane şi joacă un rol semnificativ în relaţiile diferitelor grupări cu statul. Normele opiniei publice, consideră autorul german, se aseamănă, în anumite privinţe, cu poruncile religiei, care îndeplineau şi ele rolul de reglementare a unor procese sociale. Stadiul de evoluţie pe care autorul îl numeşte Gesellschaft are nevoie de reglementări, numai că, de data aceasta, ele sunt adoptate pe o bază raţională. Funcţia pe care o îndeplinea religia în Gemeinschaft este preluată în Gesellschaft de către opinia publică. Deocamdată, tema este doar enunţată. Dezvoltarea ei o vom întâlni în “Critica opiniei publice”.

Opinia publică este condensată într - un adevărat „cod moral” şi pretinde un consens „între opiniile individuale, private şi ea însăşi”; cu alte cuvinte „încearcă să aducă toate fenomenele la nivelul propriei sale înţelegeri. Prin urmare, opinia publică solicită un tip de aliniere, dar sunt părţi ale societăţii care nu acceptă interpretările şi opiniile existente. În condiţiile în care ordinea gesellschaftistă este de acord doar parţial cu

anumite subiecte ținând, de exemplu, de politica externă sau cea internă şi respinge multe altele „*fiecare parte trebuie să facă eforturi pentru a transforma propria opinie în opinie publică sau cel puțin de a-i da această aparență. Ea trebuie să încerce să prezinte propria voință drept o voință generală şi rațională, una care intenționează să sporească bunăstarea generală*”(Ibidem, p. 220-221).

Autorul nu oferă mai multe date despre opinia fiecărei părți şi nici despre eforturile pe care aceasta le face pentru a înfățişa propria opinie drept opinie publică. Fără îndoială că această „parte” este un segment de populație foarte activă, care îşi cunoaşte interesele, opțiunile şi doreşte să le coreleze într-un fel sau altul cu cele de ansamblu: fie că le modifică în anumite limite pe ale sale, pentru a fi compatibile cu cele sociale, fie că le prezintă într-un anume fel, încât să sugereze compatibilitatea etc. Important este că Tönnies vorbeşte despre această „parte”, care îşi autodescoperă identitatea sau elemente ale acestei identități. Care se preocupă să-şi expună vederile şi să le prezinte ca fiind similare cu cele generale, sau ca servind cel mai bine interesele de ansamblu ale comunității. Chiar dacă nu le numeşte deschis, Tönnies descoperă publicul şi opinia publicului, idei pe care le va relua şi dezvolta, peste 25 de ani, în „Critica opiniei publice”.

A treia caracteristică a opiniei publice: legătura din ce în ce mai vizibilă dintre aceasta şi răspândirea publicațiilor. Ce aduc nou publicațiile din punctul de vedere al opiniei publice: standardizează opinia, o împachetează şi o distribuie în mod rapid, contribuind astfel la multiplicarea unui punct de vedere. Cu alte cuvinte, presa pune în termeni noi raportul dintre opinia individuală şi cea publică. Chiar individuală la origine, opinia multiplicată de către presă are toate şansele să apară drept una publică. Să-l ascultăm pe Tönnies: „*În această formă de comunicare* (comunicarea prin intermediul publicațiilor n.n.), *judecățile şi opinia sunt împachetate precum bunurile luate de la aprozar şi oferite spre consum. Opinia publică este pregătită şi oferită generației contemporane în maniera cea mai perfectă prin intermediul ziarelor care fac posibile producția, multiplicarea şi distribuția rapide a faptelor şi gândurilor, aşa cum bucătăria unui hotel oferă mâncare şi băuturi în orice formă imaginabilă şi în orice cantitate. În felul acesta, presa este adevăratul instrument („organ”) al opiniei publice, o armă şi o unealtă în mâinile celor care ştiu şi sunt puşi în poziția de a o folosi*”(op.cit. p.221).

Joncțiunea dintre presă şi opinia publică dă naştere unei „puteri universale”. O putere specială, pentru că cei doi actori se influențează unul pe altul într-o spirală: opinia publică devine din ce în ce mai puternică, deoarece este standardizată, distribuită şi multiplicată, iar presa capătă puteri neobişnuite, întrucât deține monopolul acestei operații şi pretinde, uneori deschis, alteori nu, că reprezintă opinia publică. Puterea

presei mai este judecată de către Tönnies şi în termenii acoperirii geografice. Nu numai că ea reprezintă un critic de temut al evenimentelor, dar forța ei nu poate fi oprită la graniță. Din acest punct de vedere, noua putere are chiar un gen de superioritate față de puterea materială a statelor – întruchipată în bogăție şi armată, întrucât are o dimensiune internațională de netăgăduit. Autorul german chiar o compară cu „puterea unei alianțe permanente sau temporare de state".

4.4. „O" opinie, opinia publică şi Opinia Publică

Mai bine de jumătate din lucrarea „Critica opiniei publice", apărută în 1922, este consacrată examinării unor termeni precum „opinie", „gândire", „hotărâre", „voință", „credință" şi a raporturilor dintre aceste noțiuni. De altfel, titlul lucrării este semnificativ. Într-un context de intense preocupări în legătură cu opinia publică, Tönnies îşi propune o intervenție clarificatoare. În cea mai bună tradiție germană, analiza intreprinsă de Tönnies stabileşte concepte pure care nu îşi găsesc un corespondent în realitatea propriu zisă. Cu alte cuvinte, el nu porneşte de la realitate pentru a construi ipoteze şi teorii explicative, ci stabileşte concepte pure prin prisma cărora analizează realitatea.

Este momentul să subliniem că judecățile lui Tönnies apar într-un context de preocupări intense cu privire la opinia publică. Avem în vedere, de pildă, demersurile din câmp american privind opinia publică.[*] Există o dezbatere vie asupra opiniei publice şi în câmp german. Slavco Splichal şi Hanno Hardt consideră că înțelegerea „opiniei" propusă de Tönnies „derivă în mod fundamental" din conceptualizarea kantiană a condițiilor adevărului (2000, p.65). În orice caz, în Germania începutului de secol XX, se discuta foarte mult despre opinie publică iar Tönnies citează pe unii autori importanți ai momentului. Este cazul lui Emil Lobl (Kultur und Presse, Leipzig: Duncker & Humblot, 1903), care vorbeşte, printre primii, despre opinia publică şi caracterul ei de conglomerat. Sau al lui Wilhelm Bauer („Die Offentliche Meinung und ihre Geschichtlichen Grundlagen: Ein Versuch", - „Opinia publică şi bazele ei istorice, o încercare" Tubingen: Mohr (Paul Siebeck) 1914, citat pe parcursul lucrării „Critica opiniei publice" cu respect şi considerat de către specialişti un autor de relief incontestabil în domeniul opiniei publice, apropiat ca valoare de Tönnies.

Cum remarcau şi traducătorii în engleză ai lucrării Critica opiniei publice, Tönnies operează cu trei înțelesuri diferite ale opiniei publice:

[*] Tönnies va cunoaşte lucrarea lui Lippmann pe care o recenzează favorabil în 1927.

die Offentliche Meinung (Opinia Publică), eine Offentliche Meinung (o opinie publică) şi, simplu, Offentliche Meinung (opinie publică). Termenii au fost traduşi în engleză prin „the" Public Opinion, „a" public opinion şi public opinion. Aceiaşi autori remarcă, pe bună dreptate, că pe parcursul analizei apar o serie de confuzii în tratare şi diferenţele dintre înţelesurile menţionate nu mai sunt atât de limpezi. Să-l ascultăm pe Tönnies: „*Trebuie mai întâi să respingem „a" public opinion* (o opinie publică n.n.). *Este mult mai de dorit, în schimb, să diferenţiem în mod clar şi limpede între opinie publică şi Opinia Publică - „the" Public Opinion* (p. 133). Pentru a uşura înşelegerea acestor distincţii, vom menţiona că opinia publică este opinia obişnuită cu o serie de caracteristici pe care autorul german le va preciza. Ceea ce Tönnies numeşte The Public Opinion noi vom scrie Opinia Publică cu litere mari, considerată de către autor adevărata Opinie Publică şi diferenţiată de opinia publică obişnuită printr-o serie de trăsături bine definite.

Autorul vorbeşte şi despre **opinia publicată**, care potrivit lui Slavko Splichal şi Hanno Hardt (2000, p.67) reprezintă o opinie individuală exprimată public. Prima condiţie de existenţă a opiniei publice este, deci, ca opinia să fie exprimată şi să fie formulată expres pentru spaţiul public, pentru o audienţă sau pentru publicul general. Deci nu numai exprimată, ci exprimată cu "ţintă". O ţintă generală (să fie cunoscută), dar şi una mai precisă (să fie cunoscută de un anume public sau de un public necunoscut, dar care ar putea fi interesat de opinia respectivă). În acest caz, avem de-a face cu o opinie în căutare de adepţi. De aceea, şi este formulată pentru spaţiul public, cu scopul de a-şi găsi adepţi. Opinia publicată este un punct de plecare, un stadiu tranzitoriu către opinia publică. Atunci când prima este îmbrăţişată de către unii, de către o majoritate sau de către un "cerc" mai închis sau mai deschis, are şanse să devină opinie publică.

4.5. Comunicarea în „comunitate" şi în „societate"

În opinia lui Tönnies, în „Gemeinschaft" şi în „Gesellschaft" funcţionează două modalităţi de comunicare socială diferite, în acord cu natura şi obiectivele specifice acestor stadii sociale. În Gemeinschaft comunicarea urmăreşte în principal să asigure transferul tradiţiilor, credinţelor, a miturilor, chiar a dogmelor respectivei comunităţi. Generaţia în vârstă are în primul rând menirea de a asigura acest transfer către generaţia tânără. Care sunt figurile simbol ale acestui tip de comunicare. În primul rând preotul, profesorul şi părinţii. De ce? Pentru că ei transmit o experienţă acumulată istoriceşte, o sumă de credinţe a căror asumare este fundamentală pentru menţinerea comunităţii.

„*Existența comunității este determinată de menținerea <spiritului> de cooperare şi a <idealurilor> printre contemporani şi, cu deosebire, între generațiile care se succed*” (2000, p. 127).

Problematica avută în vedere de procesul de comunicare în cadrul Gesellschaft este cu totul diferită. Tradiția păstrează o valoare cu totul limitată. La baza acestui tip de organizare stau relațiile raționale şi efortul de a aşeza întreaga organizare pe baza acestor relații. Indivizii au drepturi egale şi oricine este văzut ca fiind o sursă de opinii egală cu a oricărei alte persoane. Comunicarea nu mai este pe verticală, ci pe orizontală, ea luând, în principal, forma „unui schimb de opinii”. Mai este o prefacere importantă privind forma comunicării. În cadrul comunității, dominantă era comunicarea verbală care se adresa unei audiențe restrânse şi comasate. În Gesellschaft, preponderentă devine comunicarea scrisă, care are în vedere audiențe dispersate. Iar acestea sunt diferite nu numai prin componența lor, dar şi prin modul de reacție. Audiențele clasice fiind comasate comunică verdictul imediat, prin aprobare sau dezaprobare; de aceea, ele sunt zgomotoase. Audiențele dispersate sunt silențioase, reacția lor este în bună măsură cumulată. Desfăşurarea comunicării pe orizontală mai este însoțită de o trăsătură. Ea urmăreşte să convingă, să influențeze, şi ia, cu sau fără voia sa, forma unui tip de „bătălie pentru opinii”. „*Comunicarea opiniilor – urmărind convingerea celorlați – se adresează opiniei audienței şi a cititorului. Ea oferă motive considerate clare, poate f examinată şi respinsă, aşa cum poate atrage şi, prin urmare, influența oamenii*” (2000, p. 127)

Mijloacele de comunicare proprii acestei etape au cunoscut două tipuri de presiuni. Ele însele sunt în căutare de audiență şi doresc să o sporească. Ceea ce a făcut ca obsesia numărului să se instaleze, iar audiența să fie percepută nu prin prisma deosebirilor din interiorul ei, ci ca „simplu obiect”. Strâns legat de aceasta este şi faptul că, la rândul lor, aceste mijloace, cu deosebire ziarul, sunt legate de anumite valori politice sau au legături cu interese comerciale. Pe de altă parte, există şi o presiune din partea audienței propriu zise. „*Cititorul obişnuit al ziarului doreşte ca opinia sa – şi cele ale camarazilor săi care au aceeaşi credință, acelaşi interes şi aceeaşi filiație de partid – să fie exprimate, clarificate şi verificate în ziarul său, pentru ca el să fie încurajat în a-şi întări propria opinie*”(Idem, 128). Observație percutantă care sesizează caracterul mai complex al relației ziar-cititor şi relevă unele din motivele reale pe baza cărora cititorul face selecția ziarului: corespondența dintre propria opinie şi opinia promovată de ziar. Lucru care va forma obiectul unor cercetări sistematice mult mai târziu.

Ne aflam în perioada care a urmat primului război mondial. Atât influențele din timpul conflagrației, care au prilejuit extinderea viziunii bipolare – noi şi ei, adevăr şi fals, partizan şi trădător – cât şi adâncirea

conflictelor politice, hrănite de viziuni partizane, care în Germania au cunoscut o amploare specială, au influențat puternic viziunea despre ziar şi despre misiunea acestuia. Mai întâi autorul constată o răspândire a ziarului văzut ca o „tribună". „*Ziarul devine o <tribună> (adesea adoptă chiar acest nume), care se adresează unui mare număr de cititori pentru a-i influența, pentru a hrăni opiniile lor, sau pentru a le converti*"(2000. p. 132). În al doilea rând, este vorba despre o altă descoperire: influența exercitată de ziar nu are o legătură specială cu caracterul adevărat sau fals al informației. „*Opiniile sunt formate, modificate sau schimbate atât de către ştirile adevărate, cât şi de cele neadevărate*" (Ibidem).

Sunt premisele unui tip de degradare a informării în lupta pentru câştigarea opiniei. Informația devine instrument de dispută politică şi îşi pierde corectitudinea şi obiectivitatea. Distorsionarea ştirii sau chiar inventarea ei devin metode curente pentru a influența şi a diminua şansele adversarului, indiferent că acesta este politician sau om de afaceri. Dacă există ştiri în acest sens, este bine; dacă nu, „zvonurile vor deveni adevăruri, faptele insignifiante vor fi exagerate", pentru ca pasiunile să fie stimulate. Logica bipolară de care aminteam, conceperea şi tratarea adversarului, respectiv competitorului, ca un adevărat „duşman" alterează grav procesul comunicării şi îl orientează către scopuri străine de menirea lui. Nu mai avem de-a face cu un proces de informare, de schimb de opinii, ci cu unul de „luptă" de portretizare negativă a adversarului prin orice mijloace. „*Invenția pură este cea mai simplă, cea mai uşoară dar şi cea mai periculoasă metodă de a expune şi de a afecta un duşman, generând o reacție de repulsie generală*"(2000, p.132). Consecințele asupra opiniei sunt şi ele costisitoare. Opinia publică va fi divizată pe un fond de confuzie, de derută sau de intoleranță. Din punctul de vedere al analizei noastre, este limpede că o asemenea opinie publică nu poate fi punct de sprijin pentru judecăți, proiecții, în general pentru construcție socială autentică.

4.6. Opinia Publică= opinia publicului

În felul acesta, Tönnies este confruntat cu o alegere dramatică. A te bizui pe opinia publică înseamnă a conta pe un lucru confuz, fragmentat şi deloc unitar. Atunci, Tönnies caută un înțeles care să răspundă nevoii de unitate şi coerență: este conceptul de Opinia Publică exprimând voința unui grup. Distincția dintre opinia publică şi Opinia Publică identificată cu Opinia Publicului este o contribuție foarte importantă a autorului german la înțelegerea acestui domeniu aşa de complex. Distincție care nu apărea în Gemeinschaft und Gesellschaft, deşi era prefigurată. Tot în

lucrarea din 1922 descoperim şi alte nuanțe care ne ajută să ne reprezentăm mai limpede conceptul de opinie publică. Esențială era marcarea clară a deosebirii dintre **opinia publică** şi **" the" Public Opinion**. Pentru o abordare ştiințifică, spune el, este bine să operăm cu două concepte diferite, spre a elimina confuzia. Prima este nearticulată şi neunitară, cea de-a doua articulată şi reală. Opinia publică ia forma unui conglomerat de opinii dintre cele mai diferite, şi tocmai de aceea ea devine pentru omul obişnuit o "entitate externă", în timp ce Opinia Publică este constantă şi efectivă. Fundamentală în diferențierea celor două concepte este precizarea subiectului. În primul caz, avem un public general, care ia forma "mulțimii de indivizi", a căror participare la pronunțarea diferitelor opinii este întâmplătoare. În cel de-al doilea, subiectul este un public unit, "care a convenit să promoveze o opinie şi să judece într-un anume fel"(2000, p.134). Adevăratul subiect al opiniei publice moderne este „republica intelectualilor", care se află în posesia „opiniei educate", concepție anunțată în „Comunitate şi Societate" şi pe care o reiterează acum în „Critica Opiniei publice". Este vorba despre o elită „cunoscătoare, educată şi informată". O elită intelectuală care trăieşte în marile oraşe şi care este creată de către marşul modernității.

Această diferență în structura subiecților conduce la rezultate deosebite. Opinia publică apare colorată, contradictorie, alcătuită din puncte de vedere care se înfruntă cu pasiune, tocmai pentru că reflectă "dorințe, eforturi şi interese ale unor grupuri şi persoane particulare". Pentru a sugera mai bine caracterul nestructurat al opiniei publice, lipsa de identitate, Tönnies o compară cu "*un bol în care ingrediente diferite şi incompatibile sunt turnate pentru a începe un process de fermentație*". Pe când Opinia Publică este "în mod esențial o voință exprimată prin intermediul unei judecăți", ca un act coerent şi asumat de membrii unui public. Prin urmare, apare ca o putere unificată, adesea prețuită pentru natura sa misterioasă.

Ferdinand Tönnies are în vedere şi deosebiri în ceea ce priveşte limitele receptării celor două tipuri de opinii. Publicul opiniei publice este practic nelimitat. De aceea, la prima vedere, apare un avantaj, în sensul că oricine exprimă o opinie poate fi auzit de întreaga lume. În realitate, receptarea este mult mai limitată de limbajul celui care vorbeşte, de arena politică în care problema formulată este înțeleasă şi acceptată, de educația cititorilor sau ascultătorilor, precum şi de puterea intelectuală şi morală a "vocii" care vorbeşte. Ceea ce înseamnă reputația internă şi internațională a celui care vorbeşte, greutatea şi eleganța argumentelor, pasiunea, patosul şi "tonul convingător". Dacă vom examina toate aceste condiții ale audienței, vom vedea că impactul mai mare are loc tot în cazul reprezentanților Opiniei Publice, care au interese precise şi voci autorizate pentru a le promova şi susține.

Tönnies ne propune o viziune despre opinia publică în care elementele de raționalitate, de interactivitate, de moralitate coexistă. La baza Opiniei Publice stă judecata independentă a cetățeanului. Important, am spune decisiv, este modul cum ia naştere această opinie. Autorul german pune mai întâi accentul pe subiectul care construieşte o asemenea opinie. Adică persoane care împărtăşesc idei similare, interpretări asemănătoare, fără a fi în legătură directă. Ele se raportează la acelaşi fapt, eveniment sau idee într-un mod similar, şi de aici provine legătura, coeziunea, chiar unanimitatea. Se conturează, astfel, ideea de grupare, nu o grupare amplasată fizic într-un loc, ci una specială, alcătuită din persoane dispersate, care nu s-au cunoscut niciodată, dar care sunt legate prin ceva important, prin ceea ce împărtăşesc împreună. Judecata rațională de tip individual şi agregarea neconstrânsă a acestora formează pilonii Opiniei Publice. Deci, Opinia Publică are ca punct de plecare judecata independentă a cetățeanului, dar ea se naşte printr-un proces de agregare a acestor judecăți independente într-un tip de poziție de grup, agregare neconstrânsă, naturală, hrănită de poziția identică sau similară față de o idee, un fapt, un eveniment. Opinia Publică este opinia unui grup care împărtăşeşte o idee. Este opinia publicului.

Apare limpede că în acest punct, Tönnies este influențat de Tarde. Publicul are şi la autorul german o influență decisivă în formarea Opiniei Publice. Mai puțin clară este modalitatea prin care are loc aglutinarea de care vorbeşte sociologul german. La Tarde explicația este limpede: presa formează publicul. Aici o asemenea afirmație nu este făcută, deşi considerații despre rolul presei sunt multiple. În schimb, autorul german relevă alt lucru pe care nu îl întânim la Tarde, anume condiționarea socială a opiniei. "*Condiţii de existenţă similare conduc la opinii similare; prin urmare, cu cât primele sunt mai diferenţiate, cu atât ultimele vor fi şi ele mai diferenţiate…Oriunde opiniile comune apar dintr-o existenţă comună, dintr-o stare materială comună, din apartenența la aceeaşi clasă şi profesie. Slujbele şi modul de câştigare a existenței mai mult decât locul de rezidență, dar cel mai mult proprietatea şi libertatea sunt forțele efective*"(2000, p.120). Analiza determinării sociale a opiniilor este mai adâncă în cazul sociologului german. Ceea ce spune Tönnies la 1922 în această privință reia Lazarsfeld în anii 40, evident pe baza unor cercetări concrete şi cu nuanțe de interpretare suplimentare. La sociologul german avem de-a face şi cu decuparea precisă dar şi cu lipsa de nuanță a celui care face descoperirea: "*Astfel, pe scurt, poate fi spus că aceleaşi opinii sunt expresia aceloraşi interese iar opiniile diferite, expresia intereselor diferite*"(Idem).

4.7. Opinia Publică – expresia voinței sociale

În Introducere la „Critica opiniei publice", Tönnies subliniază că cea mai importantă idee a sa este înțelegerea opinei publicului ca formă a voinței sociale. De ce consideră autorul o asemenea idee atât de importantă? Pentru că, în felul acesta, se deschide posibilitatea ca opinia publică să fie tratată într-o perspectivă sociologică, drept un fenomen cu o influența masivă asociat cu mecanismele de funcționare ale noului stadiu de evoluție. În alți termeni, Ferdinand Tönnies încadrează opinia publică în ansamblul societății moderne, caută să o diferențieze de celelate forme de voință şi să descifreze mecanismele de înfăptuire a rolului său. „*Am formulat conceptul de Opinie Publică astfel încât el exprimă o formă de voință socială, adică de voință societală, în contrast cu toate celelalte forme de voință comună*"(2000, p.177). Cea mai importantă contribuție a autorului german în domeniul de care ne ocupăm este "conceptualizarea opiniei publice drept o formă a voinței sociale" precizează Slavko Splichal într-un studiu special consacrat acestei teme 1999, p. 100). Caracterizarea celebră pe care o lansează Tönnies este aceea că opinia publică este o formă a voinței sociale iar în această calitate îndeplineşte în societatea modernă acelaşi rol pe care religia l-a îndeplinit în Gemeinschaft.

În viziunea sociologului german, rădăcinile Opiniei Publice sunt gândirea şi voința. Prin opinie, spune Tönnies, exprimăm modul cum ne raportăm la un fapt, la o situație, la o idee: „în opinia mea...". Deci opinia exprimă nevoia de diferențiere față de o altă opinie existentă, față de o altă interpretare. Chiar simplu fapt că simți nevoia de a exprima o opinie înseamnă că ai ceva de spus, ceva ce nu s-a spus sau nu s-a spus în maniera în care vrea cineva să o facă. Nevoia de a spune ceva public este direct proporțională cu convingerea că propria opinie este adevărată, foarte trebuitoare comunității respective: „I believe, therefore I talk"- Vorbesc, pentru că sunt convins de ceea ce gândesc(2000, p. 121).

La o privire mai atentă, opiniile conțin, cel puțin potențial, tendința de excludere a altei opinii, apreciată direct sau doar implicit ca nesatisfăcătoare. Simpla formulare a unei opinii vorbeşte despre credința autorului că propria opinie este „corectă" iar alte opinii sunt fie „false", fie nu acoperă părți importante din adevărul pe care cel ce formulează opinia doreşte să-l releve. Acest raport de „exclusivitate" este prezent în exprimarea fiecărei opinii. Extrem de important este că trăim aceleaşi sentimente şi atunci când „împărtăşim" o altă opinie. Considerăm şi de data aceasta că ea este opinia „corectă", că exprimă cel mai bine o situație, şi o acceptăm pentru a ne diferența de alte opinii sau chiar pentru a le contrazice.

De aici decurg mai multe caracteristici ale Opiniei Publice. Chiar procesul de formare implică o dimensiune voliţională. Optez pentru propria mea judecată şi pentru promovarea ei. Este o alegere care implică un angajament. Concomitent, Opinia Publică are şi o dimensiune afectivă. Actul deliberativ implică prin forţa lucrurilor un tip de ataşament. Nu poţi descoperi o idee, nu poţi dezvolta o interpretare fără a avea şi un tip de ataşament faţă de ele. Cu ideea, cu interpretarea nu se operează ca şi cu o simplă monedă. Ideea sau interpretarea descoperite individual te angajează atât voliţional, cât şi moral: doreşti ca ele să fie îmbrăţişate şi de alţii, să triumfe.

Când ideea sau interpretarea sunt impărtăşite de mai multe persoane şi devin opţiuni ale unui grup, normativitatea opiniei publice apare drept un rezultat firesc, natural am spune. Normativitatea apare drept rezultat al modului cum se construieşte Opinia Publică. Grupul îşi apără opţiunile, iar respectarea lor este prima condiţie a perenităţii sale. Norma, regula se impun de la sine. Opinia de grup, odată formată, va exercita, neîndoielnic, o presiune în direcţia conformităţii. De aceea, spune Tönnies, Opinia Publică joacă un rol similar cu cel al religiei. Funcţia pe care o îndeplinea religia în Gemeinschaft este preluată în Gesellschaft de către Opinia Publică. În tabelul de mai jos Tönnies ne oferă o privire de ansamblu privind trăsăturile caracteristice ale comunităţii şi societăţii (2000, p.177).

A. Comunitatea	B. Societatea
(a) acord, (b) tradiţii, (c)credinţe (aa) încredere (bb) obiceiuri (cc) religie	(d) contracte (e) norme (f) doctrine (dd) convenţii (ee) legi (ff) opinie publică

Formele A sunt esențiale şi corespund voinței organice individuale (Wesenswille). Formele B sunt derivate, dar esențiale şi corespund voinței raționale individuale (Kurwille). Formele A sunt derivate în cea mai mare parte din simțăminte comune, în timp ce formele B din gânduri comune. Ele sunt o formă "raționalizată" a formelor A. Dezvoltarea de la faza predominant comunală la cea societală este însoțită de schimbarea formelor A în forme B. Ceea ce înseamnă raționalizarea spiritului, trecerea de la cultură la civilizație, prevalența existenței urbane, metropolitane, cu dezvoltarea tehnologiei, comerțului şi ştiinței. În ceea ce priveşte efectele externe, formele B sunt mult superioare. Dar ele sunt "formulate într-un mod specific, alcătuite într-o manieră rigidă comparativ cu formele A- catifelate, flexibile, justificat nespecifice şi înalt figurative: "tradiția plăcută, reflexivă şi poetică îmbracă forma reglementării iar rezultatele credinței pioase, devotate pe cea a unei doctrine seci sau a unei norme rigide".

Este important să prevenim înțelegere greşită, potrivit căreia Gemeinschaft a durat o vreme după care şi-a încheiat existența, locul ei fiind luat de către Gesellschaft. Nu, ele coexistă, numai că într-o anumită etapă de evoluție devin prevalente elementele raționale şi caracterul lor impersonal asociate cu Gesellschaft. La fel stau lucrurile cu voința organică şi cu cea rațională, cu religia şi opinia publică, în calitatea lor de factori esențiali ai voinței sociale. „*Aşa cum nu există apă având de o parte hidrogen şi de alta oxigen,* precizează Tönnies, *nici voința nu este doar organică sau doar reflexivă; mai curând, toate voințele constau din şi sunt legate prin voința organică şi reflexivă*"(2000, p. 107). În voința organică accentul cade pe ceea ce este tradițional, pe emoții, pe trăiri comune, pe când în voința reflexivă preponderente devin instrumentalismul, distincția dintre scop şi mijloc. Dacă în Gemeinschaft formele de voință comună derivă şi sunt alimentate de întreg humusul psihologic care menține laolaltă o comunitate de dimensiuni reduse, în Gesellschaft gândurile şi proiecțiile comune reprezintă sursa.

Cum precizează şi autorul, formele voinței reflexive nu sunt nimic altceva decât forme raționalizate ale voinței organice. Prin urmare, ar fi greşit să ne imaginăm că în Gemeinschaft regulile conviețuirii sunt inspirate de către religie, iar în Gesellschaft acest rol încetează, fiind luat de către opinia publică. Religia coexistă cu opinia publică şi în Gesellschaft, numai că rolul preponderent nu mai este jucat de religie, ci de opinia publică. Toate reglementările şi normele din Gesellschaft se aseamănă în anumite privințe cu poruncile religiei. Numai că ele sunt concepute pe o bază rațională. Caracterul lor de constrângere morală se păstrează.

Fireşte că opinia publică nu epuizează toate formele voinței sociale. Autorul german vorbeşte de trei forme principale de voință

socială, fiecare având un subiect specific. Prima este convenția, al cărei subiect este societatea; a doua, legislația, având ca subiect statul; în sfârşit, a treia este opinia publicului, al cărui subiect este publicul, în centrul căruia se află oamenii învățați, competențele, elitele. Particularitatea ei ca formă a acestei voințe este aceea că se bucură de un tip de unanimitate, ca rezultat al cunoaşterii, al unui tip de raportare rațională şi neconstrânsă la un fapt, eveniment, idee.

Potrivit autorului german, Opinia Publică, spre deosebire de celelalte forme ale voinței sociale, este relaționată cu latura etică a coabitării. Când vorbim despre convenție, termenul ne duce cu gândul la instrucțiuni (recomandări, reglementări etc.); legislația înseamnă precizări, interdicții, deci tot ceea ce aşează existența noastră pe o bază legislativă clară. Opinia Publică recurge la o evaluare, la o examinare a evenimentelor fără rigoarea pe care o implică reglementările oficiale, la o cântărire a lor dintr-o perspectivă preponderent morală, civică. „Opinia Publică este o judecată" şi funcționează ca "o curte penală". În sensul că este împotriva încălcării regulii şi, precum religia, percepe "o opinie deviantă ca un păcat".

Foarte important devine, în acest context, să mai lămurim un lucru, referitor tot la subiecții acestor forme de voință socială. Sunt persoanele active, persoanele care devin conştiente şi îşi exprimă voința prin proiecte, intenții, planuri, concepte. Asemenea demersuri reprezintă „măsura" voinței, atitudinii şi dorinței de transformare. Există şi aici particularități. Pentru primele două forme – convenția şi legislația – subiecții sunt reprezentanții claselor avute, deoarece cele două forme sunt asociate mult cu interesul, economic şi politic. De aceea, aici vom întâlni foarte frecvent reprezentanții activității economice, mari proprietari şi comercianți, pentru că „mizele sunt mari". Când este vorba despre Opinia Publică avem alt criteriu de identificare a subiecților. Este vorba despre cunoaştere, gîndire şi educație. Deci acele persoane care sunt mai bine educate, care ştiu mai mult, sunt „în primul rând purtătorii şi subiecții Opiniei Publice". Ceea ce nu înseamnă că între subiecții primelor două forme ale voinței şi cei ai Opiniei Publice nu sunt legături şi interferențe.

De aici autorul trage şi o concluzie: pe măsură ce vor fi mai mulți oameni educați şi instruiți, numărul subiecților care participă la formarea Opiniei Publice va creşte, concomitent cu o diversificare a bazei sociale şi geografice a fenomenului de care ne ocupăm (care nu va mai fi localizată doar în marile oraşe iar, social, nu va mai fi asociată doar cu păturile care în mod tradițional erau considerate învățate). "*Cu cât este mai ridicat nivelul de educație, cu atât este mai mare participarea diverselor segmente de populație la opinia publică. Cu toate acestea, cu cât Opinia Publică se transformă în opinie generală cu atât este mai puțin probabil ca ea să supraviețuiască ca un tot unitar şi unanim susținut*" (2000, p.

180). În momentul în care contribuțiile claselor sociale sărace, sau ale oamenilor care trăiesc în zone rurale vor fi din ce în ce mai semnificative apare riscul ca Opinia Publică să nu mai fie coerentă. Ea devine o opinie generală, cu fracturi interne inevitabile. Chiar şi în aceste condiții, „ea va primi tonul şi coloratura tot din interior". Cu alte cuvinte, tot de la oameni cu o statură intelectuală şi morală specială la nivelul ansamblului vieții sociale sau al unor segmente active. Consecința majoră este că nu mai avem de-a face cu Opinia Publică, ci cu opinia publică.

2.8. Stadiile de agregare ale opiniei publice

În efortul de a ajuta contemporanii să-şi reprezinte mai nuanțat conceptul de "opinie publică", Tönnies mai face o disctincție, cea privind stadiile de existență ale acestei opinii. El vorbeşte de trei asemenea stadii: solid, lichid şi gazos. Demn de relevat este faptul că stadiul de agregare nu trebuie corelat, în opinia autorului cu natura dinamică şi schimbătoare a opiniei. Acest stadiu este determinat de soliditatea opiniei, care, la rândul ei, este determinată de gradul de unitate al publicului, de cât de mult se apropie de unanimitate susținearea unei idei, a unei interpretări, a unei opțiuni.

Opinia unui public este solidă atunci când există un gen de acord între membrii acelui public în legătură cu un fapt, un proces, o idee. Cel mai bun exemplu este susținerea cvasiunanimă a ideii de libertate, care întruneşte practic un consens. Aici, autorul mai adaugă o nuanță. Puterea opiniei publicului depinde de energia cu care este susținută, de intensitatea voinței pe care se sprijină. Cu alte cuvinte, nu este suficient să împărtăşeşti o idee, importantă este, deopotrivă, disponibilitatea de a o apăra, energia pusă în joc pentru a o consolida şi a-i conserva forța de atracție.

Stadiul fluid al opiniei publice este generat de probleme controversate, care produc fragmentări şi divizări în cadrul publicului, sau de acele idei, concepte care cunosc o evoluție relativ accelerată şi nu asigură posibilitatea ca opinia în legătură cu ele să se sedimenteze şi, eventual să atingă stadiul solid. În acest context, autorul citează noțiunea de "muncă", noțiune care a cunoscut prefaceri rapide atât în conținutul ei – munca într-o perioadă diferă prin ponderea elementelor fizice sau intelectuale – cât şi în modul cum este înțeleasă (în timpul feudalismului era un tip de raportare la muncă, deosebită de cea din epoca în care a trăit autorul).

Cât priveşte stadiul gazos sau efemer, el este foarte important pentru că ne arată caracterul superficial şi schimbător al opiniei publicului, "caracterul capricios" cum va spune Lippmann mai târziu. Pe de altă parte, este foarte important să înțelegem că opinia publică solidă

poate apărea dintr-un stadiu gazos prin structurări şi modelări succesive. Adesea, stadiul gazos este un derivat al opiniei solide, " o aplicare a sa la situaţii şi cauze specifice". Încă o dată, acest stadiu trebuie să ne atragă cu deosebire atenţia, pentru că îl întâlnim mai frecvent şi ne arată cum opinia apare şi dispare în funcţie de obiectul atenţiei sale. Tönnies vorbeşte de o serie de caracteristici empirice ale acestui stadiu. Le vom reproduce şi noi, într-o formă evident concentrată, pentru a da posibilitatea cititorului să-şi facă o idee mai precisă şi mai detaliată despre modul în care vede Tönnies manifestările acestui stadiu. Autorul menţionează expres că "o*pinia publică va fi examinată aici separat de conceptual său, concentrându-ne pe folosirea ei în limba de zi cu zi*" (2000, p. 184). Pentru a preveni eventuale confuzii, vom reaminti că analiza opiniei publice efectuată de către autorul german este preponderent conceptuală. "Stadiul gazos" al Opiniei publice este cel pe care îl întâlnim în viaţa obişnuită. Referindu-se la această formă, autorul face trimitere la opinia publică obişnuită, aşa cum se manifestă în viaţa de zi cu zi. Cu deosebire, atragem atenţia asupra forţei pe care o dovedeşte prejudecata în acest stadiu.

1. opinia publică este uşor schimbătoare. Ea se ridică tot aşa de repede precum coboară, deoarece îşi schimbă preferinţele şi subiectele care prilejuiesc asemenea preferinţe. Atenţia publică nu stăruie foarte mult asupra unui subiect. Nu numai din cauza propriei nestatornicii, ci şi pentru că apar alte subiecte care reorientează opinia publică în alte direcţii. La orizont apar tot timpul fapte şi evenimente noi, personalităţi de succes, mişcări sociale de ecou, şi ele atrag ca un adevărat magnet atenţia publică. Cu deosebire, asemenea caracteristici sunt valabile pentru opinia publică din mediul urban.
2. opinia publică este pripită. Se aseamănă cu un copil şi nu neapărat cu unul bine crescut. Viteza şi pripeala sunt cu atât mai caracteristice opiniei publice formată în mediul urban, pentru că în acest mediu informaţiile şi zvonurile se răspândesc cu iuţeala unui incendiu. Proces sprijinit de existenţa ziarelor care scot ediţii de seară şi de dimineaţă şi care propagă concomitent aceleaşi ştiri în toate colţurile unei aglomerări urbane. Ar exista condiţii pentru discuţii particulare care ar reprezenta obstacole în propagarea uniformă a unui fapt. Numai că orăşenii trăiesc precum străinii între străini şi, în felul acesta, fiecare împărtăşeşte opinia dominantă, percepută ca opinia oamenilor de bun simţ.
3. opinia publică este superficială, rezultat al grabei şi al nestatorniciei. Acţionează pe baza aparenţei şi a primei impresii. Este posibil ca prima impresie să se dovedească adevărată şi

singura plauzibilă, mai ales dacă ştirea pe baza căreia ia naşterea această primă impresie este adevărată. Numai că pe ştiri, de cele mai multe ori, nu se poate pune mare bază. Ceea ce nu înseamnă că sunt false, ci că sunt inexacte, distorsionate, exagerate. Chiar cetățeanul educat îşi formează opinia fără să examineze motivele pe care se întemeiază propria sa opinie.

4. opinia publică este necritică şi poate fi uşor păcălită. Mai ales atunci când un obiect real sau imaginar se potriveşte cu unele idei sau opinii preconcepute. Mai mult, aceste prejudecăți aşteaptă să fie hrănite şi alimentează un gen de predispoziție către faptele care le confirmă. Chiar şi atunci când subiectele prezentate nu sunt convenabile, dorința de confirmare a prejudecății este mai puternică decât inconvenientele pe care le induce subiectul respectiv. Astfel, cu cât nerăbdarea de a confirma propriile prejudecăți este mai mare, cu atât mai uşor poate fi păcălită opinia publică.
5. opinia publică este plină de prejudecățile care provin din starea lichidă şi mai ales din cea solidă, adică din voința şi convingerile ferme care domină ideile şi sentimentele. In mod normal, aceste prejudecăți sunt de neschimbat atunci când se bazează pe tradiție, când sunt primite în prima perioadă a vieții şi într-un mediu stabil. Ceea ce înseamnă că opiniile individuale sunt de multe ori doar rezultatul prejudecății care se opune altor idei şi argumente.
6. opinia publică este simultan perseverentă şi capricioasă: se „agață" de anumite idei ale momentului, dar se retrage imediat în posturile sale mai tradiționale şi mai convenabile. Acest proces de retragere are loc cu atât mai repede, cu cât prejudecata în jurul unui subiect sau a unei personalități este mai puternică.
7. opinia publică este în mod particular tenace atunci când este vorba despre personalități. Sentimentele de bucurie şi aversiune sunt nelimitate şi se leagă direct de sentimentele de bine şi rău, raportate la o persoană. Cu cât aceste sentimente sunt mai puternice, cu atât opiniap publică se aseamănă mai mult cu religia, chiar dacă obiectele admirației sau ale fricii sunt diferite. Oamenii sunt fie idolatrizați, fie condamnați. Adorația față de un erou care a dispărut este exprimată fie sub forma unei dorințe - ce ar fi fost dacă eroul era printre noi - sau sub forma unui gând rațional - lucurile ar fi stat altfel dacă el ar fi fost lider.
8. opinia publică a zilei se află sub impresia zilei. Prin urmare, este agitată şi mânată de pasiuni. Nu seamănă deloc cu ideea pe care ne-am format-o despre Opinia Publică, drept o formă mentală a voinței sociale şi raționale. Opinia Publică în stadiul ei solid se opune uneori opiniilor dominante ale momentului, dar este

întotdeauna în pericol de a fi măturată de ele. Opinia Publică fermă exprimă o raționalitate liberă şi cu adevărat obiectivă şi este independentă de purtătorii obişnuiți ai opiniei publice. Forma solidă a Opiniei Publice se ridică deasupra agitației şi este gata să se retragă în cercurile mai restrânse ale persoanelor care rămân neatinse de furtună. Aceşti oameni sunt asemenea căpitanului unui vapor mânați de propriile idei, intenții şi scopuri şi mai puțin de mediul înconjurător. Opinia Publică autentică, ca Weltanshaung rațional, rămâne deasupra facțiunilor şi a diverselor scopuri.

9. opinia publică în stare gazoasă este în principiu pentru menținerea ideilor de ordine, lege şi moralitate susținute de Opinia Publică în stare solidă şi lichidă dar ea le recunoaşte cu dificultate natura şi mai ales este agitată repede de emoțiile prezentului. Moralitatea este arena reală a opiniei publice. Întotdeauna opinia publică va da atenție moralității, chiar dacă această atenție este adeseori ipocrită, în sensul că ea doreşte să pară interesată de asemenea probleme sensibile, cum sunt cele morale. Ideile opiniei publice despre moralitate sunt colorate sau distorsionate de interese colective, interese de partid, interese publice sau naționale ori interesele întregii umanități. Opinia publică nu se poate descurca fără steagul moralității, fluturându-l permanent, dar adesea ea tranformă ideea de moralitate în slogan.
10. opinia publică a momentului poate fi recunoscută prin faptul că apelează la slogan. „Precum cuceritorul care îşi înfige steagul pe castelul pe care l-a ocupat, ca semn al victoriei, - citează autorul pe Wilhem Bawer[*] - sloganurile nu sunt altceva decât aceste steaguri ale ideilor dominante care tocmai au câştigat teren."
11. Autorul Opiniei Publice este audiența, ca un partid generalizat şi, mai ales, ca un partid victorios. Există anumite opinii despre lege, ordine, moralitate care stabilesc normele şi devin, la rândul lor, norme. Acestea sunt cristalizate în sloganuri. Sloganul poate fi folosit cu bună credință, chiar dacă întotdeauna există tendința de a-l folosi pentru a obține anumite efecte. Agitatorul lipsit de scrupule care caută propriul avantaj sau acționează pentru alții are mai mult succes decât entuziastul onest. „Mai ales opinia oamenilor este uşor de subjugat, citează Tönnies din cunoscutul autor francez Jacques Necker. Este suficient să le cunoaştem cele câteva pasiuni dominante şi să le sugerăm modalitățile prin care

[*] Contemporan al lui Tönnies şi autor de relief în domeniul opiniei publice, Bawer publică în 1872 un articol despre slogan, ca manifestare a disputei politice. Mama sloganului, spune el, este întotdeauna pasiunea, lupta şi disputa spiritelor. Dacă vom examina termeni precum liberalism, progres, proletariat, libertatea presei, politica mondială, vedem că fiecare asemenea fenomen social a cunoscut perioade când a fost contestat şi a stârnit dispute.

putem satisface aceste pasiuni. Indivizii dintr-o clasă superioară sunt de multe ori conduşi în aceeaşi manieră. Ei se simt flataţi atunci când li se adresează cuvinte frumoase. Prin urmare, a fost o strategie inteligentă de a obţine sprijinul în favoarea Constituţiei legând acest efort de două principii şi de două cuvinte egalitate şi libertate"•. Limba ca atare influenţează opinia publică nu numai prin conţinut, ci şi prin sonoritatea cuvintelor. De exemplu, cuvântul libertate are o aură magică, în timp ce cuvinte precum nelegiuire, crimă, şi etichete precum îmbogăţit de război sau profitor sunt pătate şi sunt răspândite de către Opinia Publică prin anecdote, ziceri şi satire.

12. Marea slăbiciune de a depinde de cuvinte nu este doar o trăsătură a opiniei publice a momentului, ci afectează şi opinia publică fermă şi durabilă, chiar şi gândirea curentă în general. Educaţia şi puterea intelectuală sunt prezente chiar dacă avem de-a face cu o formă mediocră a acestora. Până şi oamenii cu un nivel considerabil de educaţie generală rareori trec de confuzia care caracterizează ideile partizane. Opinia publică este naivă când pretinde să facă o judecată bazată pe cunoaştere superficială, pe ştiri tendenţioase sau incorecte sau pe prejudecăţi şi opinii neargumentate. Judecăţi cu oprivire la probleme care necesită o examinare atentă şi cunoasterea faptelor ascunse.
13. Politica emoţională reprezintă terenul de acţiune al Opiniei Publice. Politica emoţională este cel demers care nu ştie ce vrea şi este, adesori, contradictoriu. Logica ei este o logică feminină, opusă logicii războiului. Arta politicii de stat înseamnă a orienta Opinia Publică, a-i pune la dispoziţie şi a-i consolida o direcţie utilă, a o sprijini, a o eleva şi a o disemina. Politica trebuie să fie o acţiune inteligentă. Inteligenţă înseamnă viziune intelectuală, anticiparea evenimentelor viitoare şi a efectelor acestora, efectele propriilor acţiuni sau ale lipsei de acţiune, precum şi efectele altor acţiuni asupra acestora etc. Omul politic tinde să ignore sentimentele morale, pentru că aşa îi pretinte acţiunea de îndeplinire a scopurilor sale. Este un discomfort pentru omul

• Jacques Necker a fost ministru de finanţe în Franţa dinaintea Revoluţiei de la 1789. El a rămas cunoscut prin faptul că, sesizând impostanţa opiniei publice chiar în actul de guvernare, a dat publicităţii bilanţul bugetului de stat. Ceea ce a şocat. Actul nu a fost gratuity. El era menit să spulbere anumite temeri cu privire la şubrezenia economiei franceze şi să atragă, astfel, capitalul străin. În acelaşi timp, el are o serie de caracterizări ale opiniei publice care ilustrează înţelegerea adâncă a naturii şi impactului acestei noi forţe a contemporanietăţii. Iată una din ele: "majoritatea străinilor întâmpină dificultăţi în a-şi face o idée exactă privitoare la autoritatea de care se bucură în Franţa opinia publică. Ei înţeleg greu faptul că există o putere invizibilă care, fără bani, fără gărzi personale, fără armată, promulgă legi de care ascultă chiar şi palatul regal; nimic nu e mai real decât ea"(Citat în Jurgen Habermas " Sfera publică şi transformarea ei structurală", 1998, p.117).

politic să facă abstracţie de considerentele morale, mai ales că în aceste considerente este implicată şi Opinia Publică dar nimic nu trebuie să-l reţină pe omul politic de la îndeplinirea scopurilor sale.

4.9. Diferența de abordare îmbogățeşte evoluția istorică

În încheierea celor prezentate în acest curs ar trebui să răspundem la o întrebare esențială. De ce "una dintre cele mai coerente analize ale opiniei publice" (Splichal, 101), o lucrare "epocală"pe această temă, de ce o altă lucrare care poate fi şi ea considerată "epocală", ce a lui Tarde, au fost practic uitate şi nu figurează astăzi în dezbaterile atât de vii despre opinia publică? Spre deosebire de contribuțiile lui Dewey şi Lippmann de care ne vom ocupa în cursul următor. S-au amintit ca explicații bariera limbii, mai ales în cazul lui Tönnies, lucrările lui fiind traduse în engleză destul de târziu. Sau despre faptul că demersurile prezentate au fost excesiv teoretice şi de aceea forța lor de înrâurire a fost mică. Acestea şi multe altele pot fi explicații valide. Considerăm că evaluarea lucrurilor dintr-o perspectivă diferită ar putea să ofere posibilități pentru o înțelegerea mai adecvată a acestei evoluții.

În primele decenii ale secolului trecut, există două etape distincte în studiul opiniei publice. La începutul secolului, dominante erau interpretările care plasau opinia publică într-un context cultural şi o interpretau într-o manieră rațională, cu puternice influențe iluministe. Atât "Opinia şi mulțimea", cât şi "Critica opiniei publice" aparțin acestei familii de interpretări, celei culturale şi critice. Am selectat autorii respectivi nu numai pentru că sunt reprezentativi pentru orientarea respectivă, ci mai ales pentru substanța operei, pentru perspectiva deschisă în înțelegerea acestui fenomen atât de complex.

Tradiția anglo saxonă, americană cu deosebire, într-o viziune pragmatică, a fost preocupată de influența opiniei publice asupra factorilor de decizie, asupra puterii în general. Sunt două abordări diferite (nu incompatibile, dar diferite) care inaugurează două perspective de analiză şi de cercetare diferite. Nu vom înțelege influența acestui proces dacă nu-l vom corela cu o evoluție de ansamblu, poate mai semnificativă în felul ei. Evoluțiile ulterioare au consacrat "linia" americană în cercetarea opiniei publice. Nu datorită superiorității ei intrinseci, ci datorită unei schimbări tectonice în evoluția cercetării de profil. Până la primul război mondial, cercetarea europeană în domeniul socio uman era indiscutabil de cel mai înalt nivel. Cert este că în perioada interbelică ştafeta cercetării în acest domeniu trece în câmp american, consacrând chiar de atunci un gen de decalaj de cercetare şi de rezultate în camp socio uman. De-abia în ultima parte a secolului XX, lucrurile încep să se echilibreze. În contextul acestui debalans valoric, tradiția europeană a fost

uitată sau, oricum, subestimată. Nu pentru că cineva ar fi urmărit sau şi-ar fi propus acest lucru, ci pentru că era o tradiție diferită de cea americană. Cum cercetarea amerciană era mult mai avansată, ea a impus standardele.

Într-o evaluare istorică însă, cum este cea de față, perspectiva este cu totul alta. Ne interesează să relevăm cât mai multe contribuții, apărute în spații geografice diferite; iar lucrările despre care am vorbit astăzi înscriu contribuții de fond, fără de care nu am putea avea o imagine reprezentativă asupra opiniei publice şi, implicit, asupra evoluției pe care a consemnat-o studiul comunicării la început de secol. Din punct de vedere istoric, diferențele de abordare reprezintă un mare câştig, pentru că redă bogăția şi tumultul domeniului respectiv.

Bibliografie

Clark, Terry N. (1969): Gabriel Tarde on Communication and Social Influence: Selected Papers, Chicago Ill, The University of Chicago Press;

Habermas, Jurgen(1998): Sfera publică şi transformarea ei structurală, Bucureşti, Editura Univers.

Park, Robert and Burges Ernest (1921), Introduction to the Science of Sociology, Chicago, University Press.

Tarde, Gabriel (1899): Social Laws, An outline of Sociology, London, Macmillan.

Tarde, Gabriel (1895): Les Lois de l'imitation, Paris Felix Alcan, Second edition.

Tarde, Gabriel (1895): La logique sociale, Paris, Felix Alcan.

Tarde, Gabriel (1969): On communication and Social influence, selected papers, Edited with an Introductory by Terry Clark, Chicago and London, The Univerity of Chicago Press.

Tarde Gabriel (1901): L'opinion et la foule (1901), Edition electronique realisee avec le traitement de textes Microsoft Word 2001 pour Macintosh, edition realisee a partir du livre de Gabriel Tarde, L'opinion et la foule, Paris, PUF.

Tönnies, Ferdinand, Community and Society

Splichal, Slavko (1999): Public Opinion, Development and Controversies in the Twentieth Centuries, Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, Boulder, New York, Oxford.

Tönnies, Ferdinand (1940): Fundamental Concepts of Sociology, Gemeinschaft and Gesellschaft, New York, American Book Company, traducerea, adnotarea şi Introducerea de Charles Loomis

Tönnies, Ferdinand (1955): Community and Association, London, Routledge & Kegan Paul, traducerea, adnotarea şi Introducerea de Charles Loomis.

Tönnies, Ferdinand (1961): An Essay on Social Codes, New York, The Free Press of Glencoe.

Tönnies Ferdinand on Public Opinion, Selections and Analyses(2000), Edited, Introduced, and Translated by Hanno Hardt and Slavko Splichal, Lanham, Boulder, New York, Oxford, Rowman& Littlefield Publishers.

Splichal, Slavko(1999): Public Opinion, Development and Controversies in the Twentieth Century, Lanham, Boulder, New York, Oxford, Rowman& Littlefield Publishers.

Splichal, Slavco (1999): Public Opinion as a Form of Social Will: Tönnies's Critique of Public Opinion, în Public Opinion, Developments and Controversies in the Twentieth Century, Rowman & Littlefield Publishers, Inc. Lanham Boulder, New York, Oxford, 1999, p100).

Dicționar de Sociologie, Oxford, Univers Enciclopedic, Bucureşti, 2003, p.119).

Curs 2
Polemica dintre John Dewey şi Walter Lippmann, o polemică întemeietoare pentru studiul comunicării

Este un privilegiu că ne putem referi în acest al doilea curs la o polemică celebră privind publicul şi opinia publică, purtată în anii 20 ai secolului trecut. De ce? Pentru că opinia publică este o rezultantă, o rezultantă a dezvoltării mijloacelor de transport, a mijloacelor de comunicare în masă, a proceselor de democratizare socială, a câştigării libertății de opinie etc. Opinia publică nu poate fi înțeleasă separat de toate acestea. Prin urmare, vom avea din start posibilitatea să observăm cum era concepută opinia publică într-o primă dezbatere de răsunet pe pământ american şi, mai ales, cum erau văzute relațiile dintre opinia publică şi democrație, dintre opinia publică şi mass media. Vom avea prilejul să cunoaştem modul în care erau interpretate noțiuni esențiale pentru comunicare, cum ar fi cea de public, de influență, de participare la dezbaterea publică.

Majoritatea analizelor de profil fixează debutul studiului comunicării undeva în perioada interbelică sau în anii imediat postbelici, asociind acest început cu publicarea, în 1927, sub semnătura lui Harold Lasswell, a articolului "The theory of political propaganda", cu faimoasa interpretare canonică a comunicării lansată de Shannon şi Weaver, în anii 40, sau cu cercetările de mare impact inițiate de reprezentanții curentului empiric în timpul celui de-al doilea război mondial.

În ceea ce ne priveşte, chiar dacă acceptăm faptul că ne aflăm încă în stadiul preparadigmatic, considerăm că nu putem în nici un fel să nu asociem tumultul generat de polemica dintre John Dewey şi Walter Lippmann, în anii 20, cu începuturile studiului comunicării. Pentru cei mai puțin familiarizați, menționăm că nu este vorba doar despre o simplă polemică, apărută într-una din publicațiile vremii, susținută de către doi autori oarecare. Avem de-a face cu o polemică de operă, cu puncte de vedere diferite, structurate în lucrări de sine stătătoare, semnate de două figuri-reper ale vieții culturale americane, care domină prin creație şi forța de cuprindere epoca.

John Dewey este autorul unei opere solide şi cofondator al pragmatismului american[*]. care a acoperit domenii dintre cele mai

[*] Personalitate de primă mărime a pragmatismului american, John Dewey întemeiază o orientare de sine stătătoare a acestei filozofii, cunoscută sub numele de "pragmatismul social", dezvoltat în cadrul Universității din Chicago, spre deosebire de Peirce şi James care activează la Universitatea Harvard şi

diverse, de la democrație, educație, psihologie, politică, public, opinie publică, propagandă, până la estetică, religie, epistemologie şi metafizică. Pe parcursul unei vieți impresionant de active, el a încredințat tiparului nu mai puțin de 37 de volume. Opera sa, ca şi ataşamentul la valorile organizării pluraliste a societății moderne i-au adus cu îndreptățire aprecierea de „cel mai important filosof al Americii" şi de „filosoful democrației" (Fort, 1998). Interesul pentru ideile sale a cunoscut o revitalizare începând cu 1979, an în care R. Rorty publică *Philosophy and the Mirror of Nature*, în care îl prezintă pe Dewey alături de Heidegger şi Wittgenstein, drept filosofii cei mai importanți ai secolului al XX-lea.

În acelaşi timp, Lippmann este o autoritate de primă mărime în domeniul politologiei, unde a publicat peste 20 de volume, unul din cei mai proeminenți jurnalişti ai secolului trecut. Este suficient să amintim că el a menținut o rubrică permanentă „Today and Tomorrow" din 1931 până în 1967. În statistică, generațiile sunt creditate cu o vârstă medie de 25 de ani; este vorba de vârsta activă, evident. Deci Lippmann a ținut timp de o generație şi jumătate o rubrică săptămânală. Performanță care nu ştim să fi fost egalată. Michel Curtis îl numea „cel mai talentat şi influent comentator politic american din secolul al XX-lea", iar Herbert Altschull îl caracteriza drept „Pontiful presei"(1990, p. 307)

Poate şi mai semnificativ decât toate acestea este faptul că, deşi ambele personalități consacră majoritatea activității lor altor domenii, este foarte probabil ca, în istorie, să fie reținuți cu deosebire prin contribuția în sfera comunicării. Pentru că amândoi sunt direct sau indirect întemeietori de orientări, de linii de interpretare în sfera studiului comunicării. Cu cât cercetarea în domeniu progresează, cu atât îi vom redescoperi mai mult şi mai frecvent.

Iată confesiunea unui apreciat autor în domeniul comunicării: „*Când am decis cu câțiva ani în urmă să abordez serios literatura despre comunicare*, mărturiseşte James W Carey, *o persoană înțeleaptă mi-a sugerat să încep cu John Dewey. A fost un sfat pe care niciodată nu l- am regretat* " (Communication as culture, 1992, p.13). De ce este John Dewey atât de important pentru domeniul de care ne ocupăm? Pentru că se află la începuturile unei întregi linii de evoluție a studiului comunicării, cea care se sprijină pe modelul ritual, cea care concepe comunicarea drept principala formulă de a întări coeziunea socială. De aceea, termeni precum participare, dezbatere, credințe comune, valori împărtăşite apar drept termeni cheie. O asemenea orientare este, apoi, reluată de studiile culturale, Şcoala de la Palo Alto, Şcoala dramaturgică etc. Cu alte cuvinte, nu ne putem reprezenta cât de cât clar evoluția domeniului de care ne ocupăm, fără a avea în vedere acest autor-reper.

---

dezvoltă o ramură a pragmatismului referitoare cu deosebire la adevăr şi condițiile de existență ale acestuia.

La rândul său, Lippmann scrie nu numai prima carte semnificativă din spațiul american despre opinia publică în care sunt lansate teme, concepte, interpretări mereu reluate de generațiile de specialişti, semn al consistenței şi al unei perenități indubitabile. Discutând despre natura şi valoarea de adevăr a ştirilor, Lippmann rosteşte, primul, întrebarea: care sunt efectele sociale ale presei? Ce fel de percepții şi credințe induce presa? Astfel, el întemeiază o tradiție: studiul efectelor comunicării de masă, tradiție care, cel puțin în câmp american, a devenit preponderentă şi, la un moment dat, cvasiexclusivă.

Pentru acuratețea judecății, se cuvine făcută o precizare. Autorul american nu vorbeşte expres despre efecte, audiență etc termeni care apar în literatura de specialitate mai târziu. Dar el judecă în aceşti termeni, chiar dacă nu le pronunță numele ca atare; este preocupat de efecte, de influența presei, de percepțiile pe care le favorizează, de modul cum se formează opinia publică etc. În general, atunci când evaluăm contribuția autorilor menționați nu trebuie să ne lăsăm furați de faptul că, adesea, ei nu folosesc termenii şi, poate, conceptele pe care le utilizăm noi astăzi; pentru o cercetare istorică este obligatoriu să reținem că lansează teme noi, formulează interogații ce nu mai fuseseră până atunci pronunțate, îmbrățişează unghiuri de analiză care au inaugurat câmpuri de cercetare noi, ulterior adâncite şi examinate în lumini diferite.

Aşa cum menționam, Lippmann şi Dewey au scris mult, acoperind o arie problematică vastă. Ei abordează o serie de teme comune, care îi definesc în câmpul studiului comunicării: public, opinie publică, presa şi rosturile sale în societate. În paginile următoare vom insista asupra acestor probleme mari, încercând o analiză comparativă a abordărilor promovate de către cei doi autori.

1. Lippmann: „publicul nu conduce şi nu poate să conducă o națiune”

„Trebuie să abandonăm noțiunea că poporul guvernează”. Mai întâi o mențiune: vorbim de public nu în sensul modern al termenului, corelat în principal cu influența mijloacelor de comunicare în masă; să nu uităm, suntem la începuturi, şi datoria noastră este să înțelegem ce semnificație ataşau autorii acestei noțiuni? Ca să înțelegem limpede, trebuie să răspundem mai întâi la o altă întrebare: sub ce presiune este descoperită noțiunea de public?

Marcați de experiențe sociale diferite, având specializări diferite – unul sociolog, altul politolog - ambii autori descoperă publicul sub presiunea blocajelor democratice, şi aceasta îşi lasă amprenta inconfundabilă asupra analizei propriu zise. Şi Lippmann şi Dewey au un

ataşament real la viaţa democratică. Numai că îi simt într-un fel diferit slăbiciunile. Şi, firesc, îi prescriu în mod diferit tratamentul.

Pentru Lippmann slăbiciunea fundamentală a democraţiei este lipsa capacităţii de a decide rapid şi eficient. Sistemul democratic este practic gripat, pentru că structurile sale de conducere sunt „locuite" de elemente şi persoane inadecvate. Autorul american vorbeşte despre o dereglare a democraţiei, de o slăbire a capacităţii sale de reacţie, de o confuzie prelungită între ceea ce se spune şi ceea ce are loc în democraţia modernă. De aceea, el atacă „modelul", „dogma", supunându-le unui aspru rechizitoriu.

Perspectiva din care iniţiază critica este cea a performanţelor sitemului democratic de conducere, considerând că guvernarea este principala slăbiciune a democraţiei moderne; pentru că guvernarea presupune decizie, execuţie, criterii raţionale de calcul şi evaluare, iar în toate aceste domenii democraţia nu este echipată corespunzător şi nu oferă soluţii convenabile. În acest punct, el atacă două „ficţiuni" esenţiale ale democraţiei directe: ficţiunea „cetăţeanului omnicompetent" şi cea care „identifică funcţionarea guvernului cu voinţa poporului".

Nu vom întâlni la autorul american o definire riguroasă a termenului de public, pe care urmează să o descoperim la alţi autori de mai târziu; publicul este considerat mulţimea cetăţenilor în calitatea lor privată, acei cetăţeni care se presupune că iau deciziile esenţiale într-o democraţie modernă, dar care, în fond, nu sunt decât o fantomă. "*Astăzi, cetăţeanul obişnuit a ajuns să se simtă asemenea unui spectator surd, aflat în rândul din spate, care este nevoit să privească la un spectacol misterios abia abţinându-se să nu adoarmă*" (The Phantom Public, 1993, p. 13). Cât despre suveranitatea sa se poate afirma cam ceea ce spunea Bismark despre Napoleon al III-lea „*de la distanţă părea că este ceva, de aproape nu era chiar nimic*"(Ibidem, p.10).

Împotriva diferitelor interpretări potrivit cărora cetăţeanul poate fi ajutat prin mijloace educative să-şi exercite rolul şi să influenţeze cursul evenimentelor sau să facă progrese către acest ideal, Lippmann exprimă o poziţie inflexibilă „*Eu cred că idealul este fals*" (Ibidem, p.29). Nu este un ideal indezirabil, ci unul de neatins, în sensul că este nepotrivit cetăţeanului, aşa cum este „*nepotrivit pentru un om gras să încerce să fie un dansator de balet*". Ceea ce se impune pentru o democraţie eficientă, potrivit autorului de care ne ocupăm, este să formuleze idealuri în acord cu posibilităţile sale, altminteri existând riscul „*de a fi pervertite posibilităţile sale adevărate*" . Concluzia acestei examinări a modelului clasic al democraţiei este necruţătoare: „*trebuie să abandonăm noţiunea că poporul guvernează*"(The Phantom Public, p. 51).

„Publicul va rămâne întotdeauna exterior problemelor publice”. În raport cu complexitatea problemelor pe care le presupune decizia modernă, cetățeanul, oricât ar fi de instruit, de interesat de viața publică, rămâne întotdeauna exterior problemelor publice adevărate. Aceasta este şi cea mai importantă imputație pe care Lippmann o face publicului, anume că exterior fiind şi având o investitură politică în virtutea modelului democratic, el va căuta să „controleze din afară acțiunile altora”. Atât de mult ține autorul la această poziționare a publicului, încât îl caracterizează în funcție de o asemenea relație de exterioritate.

Principala diferență dintre public şi specialişti este cea conferită de poziția lor de outsider-i, respectiv, insider-i. Nu s-ar pune problema că unii sunt mai dotați şi alții nu, că unii înțeleg mai bine, mai repede şi alții nu, ci doar că unii fiind în interiorul instituțiilor şi centrelor de decizie pot judeca în cunoştință de cauză, sunt la curent cu tot ceea ce se întâmplă, au avantajul indubitabil că sunt conectați la probleme pe care alții le judecă din exterior. *„Numai insider-ul poate lua decizii, nu pentru că este inerent mai bun, ci pentru că este astfel plasat încât să poată înțelege şi să poată acționa. Outsider-ul este în mod necesar ignorant, deobicei irelevant şi adesea supărător, pentru că încearcă să navigheze vasul de pe uscat”* (The Phantom Public, p. 140).

Atât de mult este preocupat autorul american de poziția publicului, de ceea ce poate face şi ceea ce nu, încât ne propune chiar un summum de principii după care putem identifica publicul. Mai toate aceste principii sunt inspirate de poziția de outsider a publicului conjugată, uneori, cu capacitatea sa modestă de a înțelege nuanțe şi lucruri de profunzime, cu imunitatea sa redusă la influențe şi manipulări. Iată aceste principii:

1. Acțiunea executivă nu este pentru public. Publicul nu face decât să se alinieze ca partizan al cuiva aflat în poziția de a acționa din punct de vedere executiv.
2. Meritele intrinseci ale unei întrebări nu sunt pentru public. Publicul intervine din afară asupra muncii efectuate de insider-i.
3. Anticiparea, analizele şi soluția unei întrebări nu sunt pentru public. Judecata publicului se sprijină pe un număr mic de fapte aflate în discuție.
4. Criteriile specifice, tehnice şi de substanță pentru rezolvarea unei probleme nu sunt pentru public. Criteriile publicului sunt mai generale. Ele se referă, în mod esențial, la procedură şi la formele exterioare şi palpabile ale comportamentului.
5. Ceea ce rămâne publicului este să judece dacă actorii implicați într-o controversă respectă o regulă de comportament stabilită sau propriile dorințe arbitrare. Această judecată se face pe baza unei decupări a comportamentului exterior al insider-ilor.

6. Ca această decupare să fie relevantă, este necesar să fie descoperite criterii potrivite pentru natura opiniei publice, astfel încât ea să poată stabili diferența între comportamentul rațional şi cel arbitrar.
7. Pentru ca acțiunea socială să fie posibilă, comportamentul rațional este acel tip de comportament care urmează un traseu stabilit, fie că e vorba despre stabilirea unei reguli, de aplicarea sau amendarea ei. (134 – 135, Phantom Public).

„O agregare a ignoranțelor individuale nu poate direcționa afacerile publice. Dacă publicul în ansamblu, alcătuit, repetăm, din mulțimea cetățenilor, este descris în felul de mai sus, membrii săi nu pot face excepție şi nu pot fi semnificativ diferiți de categoria socială din care fac parte. Societatea modernă este prea complicată, ea prezintă compartimente întregi care, pur şi simplu, nu sunt vizibile pentru cetățeanul obişnuit, nu sunt vizibile şi sunt greu de înțeles chiar pentru specialiştii din alte compartimente. Prin urmare, persoana particulară nu are cum să aibe opinii asupra tuturor problemelor publice. Nu are cum să le cuprindă într-o viziune unitară, nu poate explica de ce se întâmplă un lucru şi cum poate fi el remediat sau preîntâmpinat. De aceea, autorul american mărturiseşte că nu-şi poate imagina cum *„această agregare a ignoranțelor individuale poate conduce la o forță care să direcționeze afacerile publice*" (Ibidem p. 29).

Întrucât nu înțeleg evoluția şi complexitatea societății, încet, încet, cetățenii sunt tentați să abandoneze „încercările slabe de a controla cursul evenimentelor". Renunțarea de a-şi exercita rolul rezervat de modelul clasic al democrației nu este însă convenabilă. De aceea, recurg la o altă soluție „*Ei vor încerca într-un fel să controleze comportamentul altora, dacă nu prin legi pozitive, atunci prin persuasiune. Când oamenii sunt în această poziție față de evenimente formează un public; opiniile lor privitoare la modul cum ar trebui să se comporte ceilalți formează opiniile publice. Cu cât mai clar este înțeles ceea ce poate şi ceea ce nu poate publicul, cu cât mai eficient va face ceea ce stă în puterea lui să facă şi cu atât se va interfera mai puțin cu libertățile omeneşti*"(The Phantom Public p. 45).

Intervine, deci, un proces de pervertire pe care îl induce cvasiautomat situația în care cineva nu înțelege, nu descifrează, nu stăpâneşte cu adevărat un fenomen. Reacția normală ar fi de renunțare sau de perfecționare pentru a-l stăpâni. Psihologic, mai la îndemână pare reacția de a da impresia de stăpânire. Lucru care este de două ori riscant. În primul rând, că se sugerează ceva ce nu există şi, apoi, pentru că lucrurile pot fi îndreptate într-o direcție foarte costisitoare. Este un fenomen prezent în comportamentul, înfățişat mai sus, al publicului: dacă nu sunt descifrate cu adevărat evenimentele, se recurge la formula

inflenţării oamenilor. Atunci apare întrebarea firească: în ce direcţie pot fi influenţaţi oamenii, în condiţiile în care nu există capacitatea de a înţelege cursul evenimentelor? Astfel, se deschid porţile influenţărilor sociale de tot felul. Am putea spune chiar a manipulărilor. Şi aceasta este o altă mare slăbiciune a publicului, transferată direct sau indirect asupra democraţiei, vulnerabilitatea la manipulare, asociată cu modesta cunoaştere şi stăpânire a lucrurilor. În alt loc, autorul american spune că publicul nu poate decât cel mult să indice „încotro trebuie să se îndrepte simpatiile". Dar orientarea simpatiilor înseamnă, implicit, influenţarea evenimentelor. Cel puţin într-o viaţă democratică.

Portretul social al publicului nu este deloc atrăgător. Publicul este o sumă de impresii, de trăiri, de reacţii foarte puţin pregătite, de abordări amatoare, de evaluări subiective şi, în orice caz, puţin profesioniste. „*Trebuie să presupunem ca o premisă fixă, din punct de vedere teoretic, a oricărui guvern popular că oamenii normali ca membri ai publicului nu vor fi bine informaţi, interesaţi în mod permanent, nonpartizani, creativi sau executivi. Trebuie să presupunem că un public nu poate suplini curiozitatea, intermitentă, cu lipsa de expertiză, că el discerne numai distincţiile grosiere, este greu de mobilizat şi uşor de îndreptat în direcţii greşite; că, întrucât acţionează prin propria aliniere, el personalizează orice crede de cuviinţă şi nu este interesat decât atunci când evenimentele au fost melodramatizate sub formă de conflict*"(The Phantom Public. 55).

"Soluţia: menţinerea cadrului şi schimbarea actorilor" Fireşte că dintr-un asemenea portret nu pot rezulta decât concluzii radicale. Pe care Lippmann nu ezită să le formuleze. Cetăţeanul nu poate fi desprins de poziţia lui de „bystander" şi, în această calitate, el nu poate conta în procesul de decizie socială. Democraţia nu mai poate opera cu o iluzie. Ea trebuie să recurgă din ce în ce mai mult la profesionişti, la executivi, la „agenţi". Salvarea ei, potrivit lui Lippmann, trece prin această nouă clasă socială, clasa de experţi. Verdictul este tăios. *„dacă nu ne putem bizui pe cetăţean, trebuie să identificăm o altă forţă care să preia şi să finalizeze viziunea cetăţeanului din modelul democraţiei clasice. Această forţă nu poate fi decât clasa experţilor, pentru că ea deţine expertiză, capacitatea de a examina faptele, de a recomanda soluţii potrivite şi de a le duce la bun sfârşit. În alţi termeni, soluţia de a salva modelul democratic ar fi de a menţine cadrul, dar de a schimba actorii.....*

Semnificaţia mai adâncă a poziţiei lui Lippmann o putem desprinde având în vedere stereotipul dominant american, idealul american de viaţă. Acest stereotip este construit pe baza ideii de progres neîntrerupt, am putea spune dezlănţuit, hrănit de credinţa că America se distinge tocmai prin capacitatea de a îndeplini năzuinţa omului obişnuit, care este născut

să lupte „*pentru cel mai mare, cel mai rapid, cel mai înalt, sau dacă este fabricant de ceasuri sau de microscoape, pentru cel mai mic*”; care are cultivată din vreme *„obsesia pentru superlativ şi pentru unicitate. Acest pattern mental este atât de mult înrădăcinat, această evoluție secvențială - idealuri, muncă şi rezultat- atât de mult asimilată încât orice nesocotire este numită ne-americană”.*

Cum publicul este exterior problemelor publice, nu are cum să asigure perspectivă reală visului american, modelului de viață al americanilor. Mai devreme sau mai târziu, totul se va bloca. Nu există nici un fel de siguranță că antrenarea publicului în procesul de decizie, educarea sa, va asigura performanța, singura care poate sta la baza visului american. De aceea, autorul face o alegere tranşantă: democrația trebuie să beneficieze de o structură pe verticală de experți, de specialişti, singurii care pot oferi perspectivă idealului american. Când standardul economic este statuat drept criteriu fundamental, întreaga problematică a organizării politice se schimbă. Primatul pe care îl capătă organizarea, raționalitatea, capacitatea de decizie, forța executivă a conducerii politice devin de înțeles, am putea spune legitime.

Propunând o asemenea formulă, Lippmann înlătură publicul din sistemul de conducere şi îi rezervă un loc limitat, asupra căruia vom reveni în momentul în care vom trata opinia publică. El consacră o nouă clasă de experți, de profesionişti, adevărații responsabili de conducerea treburilor publice (în felul acesta, autorul american anunță cu mult înainte de apariția doctrinei tehnocratice principalul ei filon ideatic). Concomitent, el optează fără dubii pentru o viziune elitistă a conducerii sociale.

Este de remarcat că de-a de-a lungul prodigioasei sale cariere, Lippmann a revăzut multe din opiniile sale, la unele renunțând, pe altele modificându-le şi reinterpretându-le. În ceea ce priveşte viziunea despre public şi actul de conducere, el rămâne pe o poziție constantă, adesea apreciată drept obstinată. „*Este posibil ca tocmai acest elitism obstinat să fie motivul pentru care ar trebui să-l citim şi în anii care urmează, subliniază Wilfred M McClay. Într-o eră profund dezgustată de politicieni şi subjugată de sondajele de opinie publică, inițiative, referenduri şi giumbuşlucurile democrației directe, principala afirmație aflată în miezul cărții „The Phantom Public” rămâne, dureros şi încăpățânat, mai relevantă ca niciodată: opinia publică nu conduce şi nu poate să conducă o națiune sau să-i modeleze politica, ci poate cel mult să aleagă între alternative propuse şi susținute de elitele aflate în competiție. Susținătorii democrației directe şi electoratul american dezamăgit ar face bine să dea atenție acestei afirmații, chiar dacă, în ultimă instanță, nu o împărtăşesc*”(Introducere).

2. John Dewey: "fără public nu putem vorbi despre democrație!"

*"Experții - chemați să cerceteze fapte, nu să definească politici!"*Reacția lui Dewey poate fi identificată în două momente. Cea exprimată după apariția lucrării Public Opinion (1922), şi cea, mai elaborată, pe care o regăsim într-o lucrare de sine stătătoare „The Public and its Problems" (1927), apărută ca reacție la „The Phantom Public". Chiar din titlu putem desprinde dacă nu spiritul polemic, atunci măcar caracterul de răspuns al lucrării. Ambele abordări au note comune vizibile. De pildă, Dewey împărtăşeşte multe puncte de vedere ale contemporanului său; într-adevăr, recunoaşte şi el, publicul este dezorientat, devine din ce în ce mai pasiv, se îndepărtează de atitudinea participativă pe care o pretinde un sistem democratic iar existența unui „cetățean omnicompetent", ca bază a democrației, este iluzorie. Cu alte cuvinte, el ajunge să trateze aceste teme tot pornind de la blocajele democrației, ca şi Lippmann. Mai mult, el face chiar un compliment analizei intreprinse de Lippmann. „*Datorez celor două cărți „The Phantom Public" şi „Public Opinion"... toate ideile pe care le implică lucrarea mea, chiar dacă ajung la concluzii divergente de cele ale lui Lippmann"*(The Public and Its Problems 116-117). Aici identificăm şi caracterul instructiv al disputei: dintr-un corp comun de constatări, se desprind concluzii şi poziții diferite. De ce? Pentru că opțiunile umane şi sociale sunt diferite. Pentru că acele realități sociale sunt citite în registre diferite şi interpretate în mod diferit.

Contraargumentarea lui Dewey se desfăşoară pe două liniamente. Mai întâi, o contraargumentare prin consecințe. Ce ar însemna guvernarea experților? Oligarhie - spune răspicat Dewey - şi în acest răspuns nu putem preciza ce anume a cântărit mai mult: ideea că experții pot dezvolta interese de grup, un spirit de corp sau faptul că, astfel, viața democratică propriu zisă este vidată de substanță. *„Orice guvernare de experți în care masele nu au o şansă de a le împărtăşi experților nevoile lor nu este altceva decât o oligarhie care funcționează în interesul celor puțini"* (The Public and Its Problems 1954, p.208). Încet, dar sigur, o asemenea clasă – precizează Dewey – „*se rupe de interesele comune până într-acolo încât devine o clasă cu interese private şi cu o judecată de grup"* (p.207). În alți termeni, dacă vom urma această cale dispare cetățeanul, dispare dezbaterea publică, dispare chiar judecata socială. În felul acesta, există riscul de a fi pusă sub semnul întrebării nu numai democrația, ci chiar coeziunea şi stabilitatea socială. „*Tratamentul pentru bolile democrației constă în mai multă democrație*" (Ibidem p.146).

Un gânditor de talia lui Dewey nu putea nega rolul experţilor în pregătirea şi fundamentarea deciziilor, în creşterea performanţei sociale. Strădania lui este de a găsi o soluție care să permită valorificarea capacităților tehnice dar şi salvarea vieții democratice, a interesului comun, ca valoare supremă a organizării de tip democratic. De acord cu prezența experților, Dewey se dovedeşte un critic sever al rolului experților de a formula politici, de a defini interese. Există probleme tehnice, care trebuie rezolvate prin cercetarea faptelor, iar această cercetare nu poate fi făcută decât de către cei pregătiți şi echipați pentru aşa ceva. Definirea inereselor revine publicului; altfel, totul degenerează într-o oligarhie organizată în interesul celor puțini: „*Numai publicul poate să definească acele interese, iar ideea ca experţii să le definească nu este elitism în ceea ce priveşte democrația, ci elitism pur*" (Dewey, 1922).

Aici apare diferența fundamentală față de Lippmann: Dewey consideră că ridicarea, înnobilarea publicului trebuie să fie principala prioritate pentru orice democrație. Dacă facem abstracție de public nu mai putem vorbi despre democrație. Deci singura soluție este realizarea unei alianțe dintre ştiința socială, colectarea eficientă a ştirilor, a datelor şi prezentarea convingătoare în presa scrisă a rezultatelor investigațiilor sociale, pentru ca publicul să-şi îmbunătățească nivelul cultural, să-şi dezvolte capacitatea de analiză. Este ceea ce Dewey afirmă imediat după apariția lucrării lui Lippmann – Public Opinion: „*întâlnirea dintre ştiința socială, accesul la fapte, arta prezentării nu este un obiectiv uşor de atins. Dar realizarea lui îmi pare a fi singura soluție autentică la problema îndreptării vieții sociale într-o direcție inteligentă*"(Dewey, 1922).

Filozof de adâncime, Dewey apelează şi la o contraargumentare de fond, pe care noi am numi-o logică; este vorba despre confuzia dintre ştiință şi cunoaştere. În noțiunea de ştiință este cuprinsă cercetarea individuală, cercetare preponderent tehnică. Cunoaşterea înseamnă mult mai mult. *„Cunoaşterea nu este rodul unei judecăți sau conştiințe individuale"* (The Public and its Problems p.158). Cunoaşterea este ştiința împărtăşită şi asumată social. Procesul acesta de convertire este unul prin excelență social şi el presupune dialog, acceptare, dezbatere a concluziilor, poate chiar a paşilor pe care îi implică dezvoltarea, în continuare, a cunoaşterii. Cunoaşterea presupune, în acelaşi timp, un proces de transmitere, care implică metode de acumulare şi de transfer a respectivelor acumulări istorice. În acest sens, mai larg, cunoaşterea exprimă înțelepciunea socială a unei comunități şi este mult mai cuprinzătoare decât expertiza pe care Lippmann o asociază cu comunitatea experților.

Iluminarea opiniei publice mai degrabă decât iluminarea oficialilor La sfârşitul anilor ’20, se consolidase un larg consens între specialiştii în ştiința politică, potrivit căruia alianța între psihologie şi analiza politică ar putea explica mai bine comportamentul politic al cetățeanului. Lasswell devine cel mai cunoscut specialist american în ceea ce priveşte aplicarea abordărilor psihologice în studiul comportamentului politic. Teoriile psihologice puneau la dispoziție argumente şi puncte de sprijin privind incapacitatea oamenilor de a lua decizii raționale; psihanaliza scotea în evidență elementele iraționale, venite din subconştient, ale comportamentului uman, iar behaviorismul reducea acelaşi comportament la o reacție mecanică, automată, subrațională, de stimul-răspuns (Westbrook, 1991, pp. 280-282).

Studii empirice furnizau date în favoarea acestei orientări. Există o cercetare a campaniei prezidențiale din 1924, efectuată de către Norman C. Meier, care evidențiază că, în acel an, campania câştigătoare a fost cea care s-a axat cel mai puțin pe probleme raționale, şi cel mai mult pe apeluri iraționale, menite a stimula răspunsuri emoționale, instinctive, după modelul stimul-răspuns” (N. C. Meier, 1925, pp. 210-212). O altă cercetare axată pe campania pentru alegerile la primăria oraşului Chicago din 1926 ajunsese la concluzia că „votul este nediferențiat şi lipsit de inteligență, iar alegerile sunt practic fără semnificație ca mod de exprimare a opiniei publice” (C. D. Wooddy, 1926, p. 275).

Ştiința politică îmbrățişa tot mai larg ideea că practica democratică trebuie să sufere modificări substanțiale. Pornind de la deficitul de raționalitate al unor decizii, cei mai mulți autori ai momentului considerau că rolul publicului în procesul de luare a deciziei trebuie serios limitat, iar puterea acordată celor „competenți”, „raționali”, „inteligenți”.

Dewey este şi el preocupat de suferințele democrației. În alți termeni, diagnosticul este acelaşi sau unul similar. Diferă, însă, soluția, modalitatea de rezolvare a acestor probleme reale. În 1922, Dewey publică sub titlul *Human Nature and Conduct: An Introduction to Social Psychology* o serie de prelegeri ținute în 1918 la Universitatea Stanford. Cartea contrazice ideile la modă cu privire la instinct. Nu instinctul, ci obişnuința (engl. *habit*) ocupă poziția cheie în psihologia socială; aceasta nu se reduce la un simplu comportament de rutină, iar esența sa constă mai degrabă în predispoziția învățată, acumulată, care prefigurează răspunsul, configurează predilecții durabile. Judecata reprezintă produsul obiceiurilor, al obişnuințelor, iar nu invers (în Westbrook, 1991, p. 288). Din moment ce oamenii sunt în întregime produsul obişnuinței, al culturii, problemele sociale nu trebuie asociate cu „natura umană”, ci cu obişnuințele care se formează, cu mediul cultural şi social în care trăiesc, cu instituțiile care promovează sau nu norme şi atitudini adecvate

democrației. Psihologia socială a lui Dewey oferă o alternativă la teoriile psihologice care atribuie disfuncționalitățile vizibile şi costisitoare ale democrației americane incapacității publicului de a adopta decizii raționale. Pentru Dewey, soluția este exact opusă: „*Cred în continuare că iluminarea opiniei publice trebuie să reprezinte o prioritate, mai curând decât iluminarea oficialilor şi a conducătorilor*" (I*dem*).

Disputa Lippmann – Dewey întruchipează aceste două orientări. Ambii realizează importanța mediului înconjurător, a reprezentării lui adecvate în procesul conducerii sociale. Lippmann va fi mai degrabă preocupat de capacitatea oamenilor de a cunoaşte acest mediu, de a emite judecăți inteligente în legătură cu el, în timp ce Dewey se va concentra pe condițiile care stau la baza acțiunii comune de transformare a mediului. Lippmann articulează argumente care merg în direcția unei „ştiințe sociale", dar şi într-o direcție elitistă: opinia expertă nu trebuie comunicată cetățeanului obişnuit, ci elitelor aflate la conducere. Dewey accentuează că rezultatele expertizei oricât de importante şi utile trebuie integrate într-o textură socială orientată de valori şi opțiuni.

Publicul are lucruri comune şi este conştient de acest lucru. Perspectiva socială a analizei, preocuparea de a salva valorile democratice şi modelul clasic al funcționării acesteia sunt dominantele lucrării The Public and Its Problems. De fapt, aici se situează şi nucleul tare al disputei cu Lippmann. Să-l urmărim, deci, pe Dewey şi efortul său de a întemeia noțiunea de comunitate, organic legată de democrație.

Asocierea este „legea a tot ceea ce există", deoarece „până acum nu a fost descoperit nimic care să poată acționa complet izolat". Esențial nu este modul în care ființele individuale ajung să se asocieze, ci felul cum se diferențiază formele umane de asociere de alte forme (roiul de albine): „*planetele dintr-o constelație ar deveni o comunitate dacă ar fi conştiente de legăturile care există între activitățile fiecăreia şi activitățile altor planete şi dacă ar putea folosi această cunoaştere a legăturilor care există pentru a direcționa, orienta comportamentul*" (Dewey, 1927/1954, p. 25). În viziunea lui Dewey, „*diferența este creată de conştientizarea consecințelor pe care le au acțiunile desfăşurate în comun*" (Dewey, 1927/1954, p. 24). Consecințele pot afecta doar pe cei implicați în mod direct într-o anumită relație, sau, dimpotrivă, persoane îndepărtate. Iată momentele formării publicului, în concepția lui Dewey:

a) Publicul este creat prin existența şi conştientizarea unor consecințe indirecte, substanțiale, durabile ale acțiunilor pe care le desfăşoară în comun oamenii;
b) Aceste consecințe sunt de o asemenea amploare, încât publicul este interesat să le controleze, să le reglementeze (1927/1954, pp. 15-16);

c) Publicul devine cu adevărat public în momentul în care se organizează, deci creează mecanismele pentru a putea controla consecinţele diverselor acţiuni. (1927/1954, p. 131).

Tranziţia de la faza fizică a comportamentului asociativ la comunitate, apariţia acţiunilor concertate nu sunt procese inevitabile: „*ne naştem cu înclinaţia organică spre asociere, dar nu ne naştem membri ai unei comunităţi*" (1927/1954, p. 154). Existenţa intereselor comune, conştientizarea consecinţelor pe care propriile acţiuni le au asupra celorlalţi condiţionează această tranziţie. Este nevoie să remarcăm faptul că Dewey examinează problema publicului cu altă atenţie şi în altă perspectivă. Lippmann îi surprinde punctele slabe şi, apoi, îl caricaturizează, pentru a face loc grupurilor de experţi. Dewey este preocupat de modul cum poate fi salvat publicul, pentru că fără el nu putem vorbi despre democraţie. De aceea, cum se poate observa, analiza sa este mai adâncă.

Autorul american observă cu îndreptăţire că publicul înseamnă, în primul rând interese şi conştientizarea acestor interese. Conştientizarea intereselor atrage după sine organizarea grupului respectiv pentru a-şi proteja interesele şi pentru a le promova. Iar aceste acţiuni, la rândul lor, presupun dezbateri, strategii de acţiune, stabilirea de priorităţi şi oportunităţi. Publicul are viaţa lui internă. Publicul nu poate fi decât activ, pentru că are interese şi preocupări comune. Publicul are un contur social destul de precis. Observaţi cât de departe suntem de viziunea lui Lippmann. Observaţi cât de mult s-a progresat în definirea noţiunii de public. Observaţi cât de mult contează opţiunea, angajarea personală în adâncimea analizei. De acum nu vom mai putea discuta despre public decât ţinând cont de achiziţiile propuse de Dewey, care marchează un moment foarte important în definirea acestei noţiuni esenţială pentru comunicare.

Simbolurile şi înţelesurile unifică publicul Să mai insistăm puţin asupra acestei noţiuni fundamentale. Publicul are ceva în comun, provenit fie dintr-o experienţă trăită împreună, fie dintr-o experienţă împărtăşită, chiar dacă nu a fost trăită nemijlocit. Până la un moment al evoluţiei istorice, a primat experienţa trăită direct. Pentru că am avut de-a face cu comunităţi relativ mici, unde sentimentul de apartenenţă se construia în mod natural şi se transmitea aidoma. Procesul de socializare, cum am spune astăzi, însemna asimilarea normelor, regulilor, cutumelor comunităţii respective. Astăzi experienţele trăite nemijlocit sunt din ce în ce mai puţine raportat la experienţa de ansamblu a comunităţilor. Diversele forme de asociere sunt foarte mobile, schimbătoare şi nu permit publicului să se aşeze, să-şi consolideze trăsăturile sale clasice de public. Mijloacele tehnologice – cabluri, telefoane, tipărituri, căi ferate – se

dezvoltă rapid şi accentuează foarte mult mobilitatea persoanelor, afectează condiţiile tradiţionale de formare a publicului. Chiar şi comunităţile locale sunt afectate de această dezvoltare explozivă a tehnologiilor moderne. Atunci cum se mai poate forma publicul, ca bază a vieţii democratice?

Nu mai putem cunoaşte toţi şi direct acelaşi număr de fapte, de evenimente, de situaţii care se succed cu atâta repeziciune. Prin urmare, nu putem decât să apelăm, spune autorul american, la înţelesurile acestora, fixate în simboluri. Care este rolul simbolurilor în formarea publicului? Simbolul este substitutul faptului, evenimentului. Nimeni nu mai poate cunoaşte toate evenimentele, iar, pe de altă parte, evenimentele nu pot fi „transportate" la fiecare dintre noi. Atunci le conferim înţelesuri, iar acestea pot circula foarte repede. La rândul lor, aceste înţelesuri trezesc reacţii, declanşează dezbateri şi, astfel, favorizează apariţia unor poziţii comune, împărtăşite, asumate, netezind calea formării publicului. „*Evenimentele nu pot circula de la o persoană la alta, dar semnificaţiile pot circula astfel şi pot fi împărtăşite prin intermediul semnelor. Diverse dorinţe şi impulsuri sunt, apoi, ataşate semnificaţiilor comune. Acestea sunt, astfel, transformate în dorinţe şi în scopuri, care, din moment ce presupun un înţeles împărtăşit, comun, creează noi legături, convertesc o acţiune concertată într-o comunitate de interes şi de efort*" (1927/1954, p. 153).

Ceea ce intervine nou în relaţiile umane şi le diferenţiază de alte fenomene din natură sunt semnele şi simbolurile. Formarea de simboluri şi înţelesuri este prima condiţie pentru existenţa publicului. Potrivit lui Dewey, sombolurile şi înţelesurile mai prezintă şi un alt avantaj. Dă posibilitatea ca diversele activităţi reprezentate de înţelesurile respective să se succeadă într-un flux neîntrerupt şi, astfel, să articulăm respectivele înţelesuri şi simboluri, să le corelăm într-o imagine unitară şi să ne putem forma o opinie oarecum detaşată, pe baza evaluării personale. Simbolurile depind de comunicare şi, simultan, constituie baza acesteia. Astfel, simbolurile, care iau naştere în comunicare şi prin care comunicarea este posibilă, creează o „voinţă generală", o „conştiinţă socială"

Prin urmare, în viziunea autorului american, trecerea de la simple forme de asociere la o adevărată comunitate nu se poate realiza decât pe baza unui corpus de înţelesuri, de simboluri deţinute în comun. Apare limpede rolul comunicării în desfăşurarea unui asemenea proces. Pe de o parte, comunicarea este indispensabilă pentru a se ajunge la articularea acestor înţelesuri şi simboluri comune; pe de alta, ea este cea care asigură circulaţia simbolurilor, a semnificaţiilor în societate. Cum se va exprima Dewey în altă parte, interacţiunile, tranzacţiile au loc de facto. Participarea, implicarea în acţiuni de natură socială şi împărtăşirea

rezultatelor nu pot avea loc în afara comunicării. Pentru acestea din urmă, „*comunicarea reprezintă o precondiție*” (1927/1954, p. 152).

O dată formate, simbolurile reprezintă un gen de stimuli pentru comunicare. Deoarece ele formează obiect de meditație, de conversație, de dezbatere sau chiar de dispută. Ele „călătoresc”, aşa cum spuneam în numele evenimentelor pe care le reprezintă. Înțelesurile pe care le cuprind sunt continuu discutate, modificate, adaptate. Pentru că, potrivit lui Dewey, a învăța într-o manieră autentic umană nu înseamnă doar a dobândi şi a adăuga abilități, rafinând capacitățile inițiale, ci a da şi a primi în acelaşi timp de la semeni prin intermediul comunicării şi a construi, în felul acesta, un corp comun de înțelesuri împărtăşite şi asumate, a construi, în acelaşi timp sensul adevărat al unei ființe umane, acela de membru distinct care aparține unei comunități. Pe această cale se ajunge la lucrul împărtăşit, la voința comună, la opțiunea asumată. Altfel nu ar fi posibil să se ajungă la constituirea publicului. Ca să nu insistăm asupra altui proces extrem de important din punct de vedere social, în care comunicarea este implicată, anume procesul de transmitere a mulțimii de simboluri şi înțelesuri către generațiile care vin.

Trăim nu într-un Babel al limbilor, ci al semnelor şi al simbolurilor.

Autorul de care ne ocupăm împărtăşeşte ideea lui Cooley, potrivit căreia formele mai vechi de asociere erau de tipul față-în-față, aducând o contribuție esențială la formarea dispozițiilor intelectuale şi emoționale (1927/1954, p. 97). Ce a adus nou modernitatea, din punctul de vedere al formelor de asociere, care este rolul comunicării în menținerea laolaltă a societății, ce este sau ce a devenit publicul? Dewey nu conferă schimbărilor produse o importanță marginală, care să poată fi uşor trecută cu vederea. În „noua vârstă a relațiilor umane”, vechile comunități locale, fără să îşi propună sau să anticipeze aşa ceva, au ajuns în situația în care existența lor este condiționată de organizații îndepărtate, invizibile, impersonale, invadate fiind de modalități noi, relativ mecanice, de acțiune concertată. Epoca maşinii, „societatea creată de abur şi de electricitate” au amplificat consecințele pe care acțiunile noastre le au asupra altora, iar publicul care a rezultat în urma acestor transformări nu se mai recunoaşte şi nu se mai regăseşte pe sine.

Care sunt, în aceste condiții, şansele guvernării democratice? „Inventați tiparul şi democrația este inevitabilă”, exclamase Carlyle. Dewey împărtăşeşte această viziune şi chiar completează: „inventați şoselele, calea ferată, telegraful, producția de masă, aglomerările urbane şi o oarecare formă de guvernare democratică este, omeneşte vorbind, inevitabilă” (1925/1954, p. 110). Şoselele, mijloacele de transport, comerțul, poşta, telegraful, telefonul, mijloacele ieftine de tipărire, ziarele

creează similitudine de idei şi sentimente, astfel încât lucrurile să continue să funcţioneze, creează interacţiune şi interdependenţă.

Dar, şi aici intervine noutatea propusă de către Dewey, toate acestea nu mai sunt deloc suficiente. „Marea Societate creată de abur şi electricitate" nu mai prezintă atributele comunităţii. Nu tehnologiile constituie problema de fond, ci, mai curând, lipsa ideilor cu privire la modul în care acţionează noii factori tehnologici. Ideile şi credinţele se modifică într-un ritm mult mai lent prin comparaţie cu condiţiile exterioare. În America celei de-a doua jumătăţi a secolului al XIX-lea, condiţiile exterioare s-au schimbat, dar acest lucru nu a fost însoţit de o modificare corespunzătoare a ideilor, idealurilor, credinţelor colective. Fapt fără precedent, acum existau mijloacele fizice de comunicare, prin care simbolurile care „controlează sentimentul şi judecata publică" (1927/1954, p. 142) să poată circula în societate. Numai că noua vârstă a relaţiilor umane nu beneficia de simboluri aflate în consonanţă cu noile sale activităţi, gândurile şi aspiraţiile congruente cu noua perioadă nu sunt comunicate, deci nu devin comune (*idem*). Dacă societatea nu ajunge să-şi articuleze noile simboluri şi dacă acestea nu sunt comunicate, „*publicul rămâne în umbră, fără contururi precise, căutându-se pe sine cu mişcări spasmodice. Până când Marea Societate nu se va trasforma în Marea Comunitate, publicul va cunoaşte o eclipsă. Numai comunicarea poate crea o mare comunitate. Babelul în care trăim nu este un Babel al limbilor pe care le vorbim, ci unul al semnelor şi simbolurilor fără de care împărtăşirea, punerea în comun a experienţei sunt imposibile*" (1927/1954, p. 142). În alţi termeni, principala dificultate este aceea de a a descoperi mijloacele prin care un public dispersat, mobil şi eterogen se poate recunoaşte pe sine, astfel încât să-şi definească şi să-şi exprime propriile interese.

3.Este vocea poporului cu adevărat vocea lui Dumnezeu?

Nu ne putem raporta la opinia publică precum la o forţă supranaturală. Din datele de care dispunem, Lippmann este autorul american care scrie primul studiu sistematic despre opinia publică. Preocuparea lui Lippmann constă în faptul că „opinia poate fi fabricată", aşa cum îi arătase experienţa primului război mondial, la care a participat direct. De aceea, lucrarea *Public Opinion*, apărută în 1922, nu este un demers teoretic obişnuit, în sensul unei analize a lucrărilor apărute, a ideilor dominante în acest câmp, ci un gen de radiografie a structurii opiniei publice, o examinare epistemologică a acesteia, pentru a şti ce substanţă reală poartă acest „despot modern şi capricios". Nu este o

încercare de definire a opiniei publice, aşa cum vom întâlni la alţi autori, ci o tentativă de a răspunde la o întrebare delicată: pe ce ne putem bizui cu adevărat când vorbim despre opinia publică? „*Analistul opiniei publice trebuie să înceapă prin recunoaşterea relației triunghiulare dintre scena acțiunii, imaginea omului despre această scena şi răspunsul dat acestei imagini dar care produce efecte în realiatea propriu zisă*”(1922/1991, p.16-17). Acest citat prezent în primele pagini ale lucrării „Public Opinion” fixează planurile mari în care Walter Lippmann examinează opinia publică: ce anume reflectă, ce valoare de adevăr are această reflectare, ce acțiuni poate declanşa şi în ce domeniu se exercită impactul lor real.

Când am discutat despre public am observat că Lippmann pune sub semnul întrebării modelul democrației directe, inclusiv credințe născute din opera „părinților întemeietori” şi încearcă o reconceptualizare a modelului democratic adaptat condițiilor contemporane; de data aceasta, el pune în discuție o altă axiomă, cea lansată de iluminişti privind infailibilitatea opiniei publice. Axiomă reluată, după aceea, în diferite feluri, pentru a prezenta în culori edulcorate o forță publică aflată într-o ascensiune indubitabilă. Autorul american inițiază o critică de ecou a unei asemenea abordări care devenise nu numai larg acceptată, ci chiar privită într-o lumină sacrosantă: „*Tendința celor care au formulat idei despre democrație, tendința cercetătorilor, oratorilor, editorilor a fost aceea de a se raporta la Opinia Publică la fel cum oamenii din alte timpuri se raportau la forțe supranaturale cărora le atribuia ultimul cuvânt în orientarea evenimentelor*”(1922/1991, p.255).

Ceea ce-şi propune Lippmann este să demonteze acest mit şi să ne atragă atenția că democrația nu poate miza foarte mult pe opinia publică, cel puțin atunci când doreşte să ia decizii. El găseşte că demersul de reconsiderare este foarte actual, întrucât opinia publică devine tot mai prezentă în dezbaterile sociale, înrâureşte, exercită o presiune difuză, fiind creditată cu o mare capacitate de a judeca, de a evalua şi de a stabili măsurile cel mai potrivite pentru comunitate. De aici încolo demonstrația lui Lippmann urmează un traseu logic. Să insistăm asupra primului „etaj”. Care este şi cel mai important. Cum ne reprezentăm noi realitatea propriu zisă, „scena acțiunii” în termenii autorului american.

Lumea din afară şi imaginile din minţile noastre Ce cunoaştem noi cu adevărat din faptele despre care vorbim sau pe care le relatează presa? Aceasta este întrebarea cardinală pe care o formulează Lippmann. Există vreo deosebire între faptul propriu zis şi imaginea noastră despre acel fapt? Pornind de la aceste întrebări, Lippmann formulează o aserțiune şocantă: sunt realități diferite, care au de multe ori foarte puține lucruri în comun. Autorul chiar intitulează primul capitol al cărții „Lumea din afară

şi imaginile din minţile noastre" (The World Outside and the Pictures in Our Heads). Există o deosebire netă între aceste două "lumi". În procesul de reflectare a lumii din afară au loc tot felul de simplificări, distorsionări, adaptări, încât „realitatea secundă", cea care pretinde că reflectă realitatea propriu zisă este, în fond, foarte departe de ea. Mediul în care trăim este prea extins şi foarte greu de cuprins într-o viziune unitară. Pur şi simplu, omul nu este echipat pentru a înţelege acest mediu în toată complexitatea sa şi în nuanţele pe care le solicită o reprezentare adecvată. De aceea, este nevoit să-l reconstruiască în cadrul unui model simplificat, uneori atât de simplificat încât se depărtează foarte mult de realitatea pe care spune că o reflectă.

„Imaginile din mintea noastră" (pictures in our heads) şi „mediul de ficţiuni" (pseudo-environment) sunt, practic, interşanjabile. Ambele desemnează lumea reprezentărilor, cea care se interpune între om şi mediul său de existenţă, cea prin „lentilele" căreia fiinţa umană priveşte la lumea exterioară, caută să înţeleagă şi să interpreteze evenimente, procese, evoluţii.

„Mediul de ficţiuni" nu trebuie să ne inducă în eroare. Fără îndoială că denumirea nu este întâmplătoare. Autorul nu vrea să spună că avem de-a face cu ficţiuni propriu zise, deci cu plăsmuiri, cu construcţii fără nici o bază reală. Dar vrea să sugereze limpede că nici nu este vorba despre o reflectare propriu zisă a realităţii. Deci ceva situat între, „*o reprezentare a mediului propriu zis, care, într-o măsură mai mare sau mai mică este construită de omul însuşi*"(1922/1991 p. 15). Evident, o percepţie nu poate fi decât construită. Ceea ce vrea să sugereze autorul este că avem de-a face cu o construcţie care nu foloseşte decât parţial datele realităţii; o construcţie în care, dimpotrivă, aceste date sunt, cum vom vedea, eludate, distorsionate, astfel încât putem vorbi despre un „mediu de ficţiuni", despre ceva care nu este plăsmuire simplă, dar pe care nici nu ne putem bizui prea mult.

De ce? Pentru că există o diferenţă semnificativă între imaginile din mintea noastră şi lumea exterioară. Această diferenţă rezultă mai întâi din modul cum iau naştere imaginile: prin raportare la situaţii, fapte, evenimente pe care le cunoaştem într-o manieră parţială şi, în cele mai multe din cazuri, indirectă. Adesea, nu suntem conştienţi de acest lucru şi operăm cu imaginile din mintea noastră ca şi când ele ar avea un „grad de fidelitate" indiscutabil. În acelaşi timp, imaginile reprezintă simplificări cognitive ale realităţii, proces de-a lungul căruia are loc o anumită distorsionare, prin selectarea prioritară a unor date şi elemente în defavoarea altora, prin combinarea lor într-o manieră care traduce seturi de interese şi valori diferite. Există chiar un temei suplimentar ca omul să creadă mai mult în imaginile din mintea sa decât în realitatea propriu zisă. Fiinţa umană consideră aceste imagini ca fiind „ale sale", manifestă un

ataşament afectiv şi psihologic faţă de ele; în plus, intervine un element de natură personală, ceva ce ține de comoditate. Omul este întotdeauna mai ataşat de ceea ce construieşte şi elaborează el, fie şi pentru că recunoaşte şi operează mai uşor cu ceea ce îi „aparţine". Toate acestea îl îndeamnă să se sprijine mai ales pe „imaginile din propria sa minte".

Analiza modului în care iau naştere reprezentările noastre despre lumea din afară îi relevă autorului şi alte cauze mult mai adânci şi mai puțini sesizabile ale distorsionării percepției, cu implicații mai profunde asupra veridicității acestor imagini. În acest punct, Lippmann vorbeşte de existența unor adevărate tipare, a unor cenzori, care filtrează informația, înainte de a fi analizată, şi prezidează procesul de modelare a atitudinii noastre. Este vorba despre stereotipuri şi structurile de stereotipuri din mintea noastră.

Percepem ceea ce suntem pregătiți să percepem Ce anume selectăm din lumea cu care venim în contact? Ce reținem din ea? Percepem, spune autorul american, ceea ce suntem pregătiți să percepem. Întâmpinăm mulțimea de fapte şi situații noi cu anumite cunoştințe, cu un fond cultural şi de experiență, de cele mai multe ori condensate în stereotipii de natură intelectuală, prin intermediul cărora privim şi încercăm să înțelegem realitatea. „*În cele mai multe dintre situații, noi nu vedem mai întâi şi apoi definim, ci mai întâi definim şi apoi vedem*"(1922/1991, p. 81). Acelaşi fapt va fi văzut şi interpretat diferit, uneori complet diferit, de către două persoane, în funcție de pregătire, de credința politică, de experiența profesională. În plus, fiecare dintre noi ne raportăm la o situație în spiritul culturii căreia îi aparținem, sprijinindu-ne pe structurile mentale pe care un spațiu cultural sau altul le modelează în ființa noastră. „*Selectăm ceea ce cultura noastră a definit pentru noi şi tindem să percepem ceea ce cultura noastră , într-o formă stereotipă, a ales pentru noi"* (idem).

Stereotipurile sunt, în înțelesul dat de către autorul american noțiunii, acele structuri mentale care selectează şi stochează informația, acele „tipare" care structurează toate datele provenite din exterior şi prefigurează răspunsul. În termenii lui Lippmann, stereotipul este „*ca un majordom la un bal mascat, care judecă dacă invitații au venit într-o ținută adecvată*" (p. 98), condiție esențială pentru accesul la festivitate. Prin urmare, stereotipul intră în funcțiune pe traseul informației către structurile noastre de evaluare, reprezentând un gen de filtru care operează o selecție înainte ca informația propriu zisă să ajungă a fi analizată.

Întreaga selecție pe care o îndeplineşte stereotipul are o puternică semnificație valorică, rolul său fiind acela de a recepta şi evalua totul prin această prismă. „*O structură a stereotipurilor nu este neutrală. Nu este*

doar o cale de a ordona o lume confuză şi greu de cuprins. Nu este doar o modalitate de simplificare. Ea reprezintă toate acestea şi ceva pe deasupra. Este garanţia respectului faţă de noi înşine; este proiecţia asupra lumii a conştiinţei propriei valori, a propriei poziţii şi propriilor drepturi. Stereotipurile sunt, de aceea, puternic încărcate de sentimentele pe care le asociem cu ele. Ele reprezintă fortăreaţa tradiţiei noastre şi la adăpostul zidurilor sale de apărare continuăm să ne simţim protejaţi în existenţa noastră" (1922/1991, p.96).

Cu o asemenea structură cognitivă, există puţine şanse ca omul să-şi reprezinte în mod adecvat lumea în care trăieşte. El nu face decât să proiecteze imaginea „comandată a lumii", o imagine în care se regăsesc, convieţuind, obişnuinţele noastre, gusturile, tot ceea ce tradiţia, cultura, mediul în care ne-am născut a pregătit pentru noi.

În percepţiile noastre, multe din datele şi caracteristicile realităţii nu sunt reflectate, alteori sunt deliberat lăsate la o parte; mai important este că sensul construcţiei ca atare este dat de setul de valori al individului, în calitatea sa de membru al unei comunităţi. Imaginea din minţile noastre reprezintă, în ultimă instanţă, o transfigurare care face apel la date şi informaţii din lumea exterioară doar ca elemente de construcţie şi inspiraţie pentru reprezentările cu care noi operăm. Conturul de ansamblu al acestor reprezentări sunt creionate de valorile pe care le împărtăşim. Nu este de mirare că fiinţa umană, ca şi grupurile sociale, confundă propria imagine asupra realităţii cu realitatea propriu zisă, deşi, aşa cum am arătat, ele sunt diferite, uneori vizibil diferite.

Sporim cunoaşterea sau ne adâncim în propriile noastre prejudecăţi? Cu aceasta, trecem la cel de-al doilea „etaj" din relaţia triunghiulară amintită mai sus. Ce anume stă la baza acţiunilor noastre? Sau, în alţi termeni, cine declanşează reacţiile, răspunsurile noastre? Noi nu reacţionăm la realitatea propriu zisă, cum ne închipuim, ci la reprezentările din mintea noastră. Iar aceste reprezentări, după cum am văzut, nu concordă cu realitatea pe care pretind că o reflectă. De aici riscul apariţiei unor discordanţe, a unor perturbaţii, care au drept rădăcină comună diferenţele dintre imaginea din minţile noastre şi realitatea propriu zisă. Altminteri, cum ne-am explica faptul că deşi trăiesc în aceeaşi lume exterioară, oamenii gândesc şi interpretează în mod diferit realitatea, au poziţii deosebite privind transformarea mediului lor de viaţă, construiesc trasee de evoluţie diferite pornind de la aceleaşi date practice. Adevărata sursă de inspiraţie şi punctul de pornire îl reprezintă pseudo-environment-ul, mediul de ficţiuni, propriile reprezentări despre mediul în care ne desfăşurăm activitatea. „*Trăim în aceeaşi lume, dar simţim în lumi diferite*", spune Lippmann.

Când discută diferența, uneori discrepanța dintre lumea exterioară şi propriile noastre imagini despre ea, autorul nu are în vedere o activitate deliberată de selectare şi interpretare diferită; nu, atenția noastră este chemată de anumite fapte, de acele situații care se află într-un raport de compatibilitate cu opțiunile şi credințele „topite" în structurile noastre mentale. Astfel, lumea şi întreaga experiență sunt codificate în acord cu particularitățile structurilor noastre mentale, culturale şi personale, iar atunci când încercăm să descriem relitatea nu facem altceva decât să prezentăm lucrurile reținute de codurile noastre şi, astfel, să înfățişăm o versiune deformată a realității despre care vorbim.

Reacția hrănită de reprezentările noastre nu poate fi decât viciată şi ea. În sensul unei neconcordanțe cu realitatea asupra căreia se aplică. Aşa cum menționam, reacția este declanşată de propriile percepții şi imagini, dar efectul ei are loc în realitatea propriu zisă. Or dacă reprezentarea este trunchiată, parțială, în ultimă instanță deformată, nici acțiunea pe care o întemeiază nu poate avea decât aceleaşi caracteristici. Aici identificăm nucleul dur al nemulțumirii lui Lippmann. Nu facem loc în acțiunea noastră socială, spune el, abordării raționale, criteriilor profesionale, examinării obiective a realității. Mai mult, tindem să ne adâncim în propria prejudecată, să dezvoltăm abordări aproximative, să construim adevărate ziduri de opacitate între noi şi mediul în care trăim. Ceea ce se impune, din punctul de vedere al autorului american, este să restructurăm acest mod de acțiune care porneşte de la construcțiile noastre subiective, care se îndepărtează de realitatea propriu zisă, care pot duce în eroare acțiunile noastre chiar bine intenționate. Într-un cuvânt, să conectăm opiniile cu mediul nostru real de existență. „*Când oamenii acționează în acord cu principiul inteligenței, ajung să descopere faptele şi să-şi dezvolte înțelepciunea. Când îl ignoră, se întorc spre sufletele lor şi găsesc doar ce este acolo. Ei îşi elaborează propriile prejudecăți în loc de a spori cunoaşterea*"(1922/1991, p.307).

Rostul opiniei publice este să favorizeze acțiunea, nu să acționeze. Ce este şi ce poate fi, în aceste condiții, opinia publică? Mai întâi să menționăm că Lippmann face o deosebire între opiniile publice şi Opinia Publică, cu litere mari cum spune el. „*Imaginile din mințileființelor umane, imaginile despre ele însele, despre alții, despre nevoile, scopurile, relațiile lor constituie opiniile lor publice. Acele imagini pe care se sprijină grupuri de oameni, sau indivizi acționând în numele acestor grupuri formează Opinia Publică, cu litere mari*"(1922/1991, p. 29). Elementul de construcție al opiniei sunt imaginile din mințile noastre. Numai că atunci când vorbim despre opinii avem de-a face cu imagini

individuale, iar în cazul Opiniei Publice cu grupuri, cu imagini de grup sau cu persoane care acționează în numele acestor grupuri.

Am menționat de la început că preocuparea cardinală a autorului american este aceea de a vedea în ce măsură ne putem bizui pe opinia publică în procesul de conducere socială. Putem face acest lucru? Indiferent că vorbim despre opinii publice sau despre Opinia Publică riscurile sunt foarte mari. Elementul de construcție a acestor opinii sunt imaginile din mințile noastre, care au valoarea de cunoaştere despre care am vorbit. Ele sunt copii palide ale unei realități; de aici şi pericolul ca oamenii să fie induşi în eroare în relația lor cu lumea exterioară. Atunci, în termenii conducerii sociale, care este valoarea opiniei publice? Una extrem de modestă, cum am putut vedea şi din analiza publicului pe care o intreprinde Lippmann.

Cazul în care cunoaştem direct anumite realități este unul fericit. Chiar dacă imaginile noastre sunt parțiale şi distorsionate. Dar cele mai multe opinii se formează prin raportare la fapte pe care le cunoaştem indirect, la situații neclare, în legătură cu care nu există nimic evident. În aceste cazuri, valoarea de adevăr a opiniei devine şi mai problematică iar întrebarea referitoare la modul în care ne putem bizui pe opinia publică şi mai gravă. Iată, de pildă, opiniile pe care ni le formăm în legătură cu viața politică (esențiale în orientarea opțiunii de vot). O lume care, potrivit autorului, este greu accesibilă, „out of reach, out of sight, out of mind". Ce şanse avem să ne formăm o opinie fundamentată în legătură cu o lume pe care nu o cunoaştem decât indirect, sporadic, din relatări pe care le putem bănui de partizanat?

Într-un fel, lucrurile sunt mai complicate când vorbim despre opinii formate pe baza relatărilor de presă. Pentru că avem de-a face cu o dublă selecție. Mai întâi cu selecția operată de reporter. Versiunea reporterului asupra adevărului este propria lui versiune, iar opinia pe care o înfățişează este construită pe baza propriilor stereotipuri, potrivit propriilor coduri. „El priveşte lumea prin lentile subiective" (1922/1991, p.360). Urmează apoi o suită de selecții operate de personalul redacțional, de dimensionare a relatării, de poziționare a ei, toate ghidate nu de „standarde obiective", ci de evaluările şi opțiunile fiecărei publicații. De aceea, în viziunea autorului „ştirile nu reprezintă o oglindă a situațiilor sociale, ci înfățişarea unui aspect al acestora care se impune de la sine"(Idem).

Deşi jurnalist, Lippmann este cumva deranjat de rolul imens pe care presa îl joacă în organizarea informațiilor pentru societate, în orientarea percepției sociale a diferitelor fenomene. Acționând asupra fiecărui om timp de 30 de minute, în fiecare zi, presa câştigă teren strategic în raport cu alte instituții ale statului şi creează o forță mistică, numită „Opinia Publică". În felul acesta, presa a ajuns să fie privită ca un „organ al democrației directe", însărcinată în fiecare zi cu răspunderea

care i se atribuie unui referendum. Ea a devenit „*tribunalul opiniei publice, deschis zi şi noapte, care scrifică legea pentru orice, în fiecare moment"*(Ibidem, p.363).

Lumea reprezentărilor este prea importantă pentru a fi lăsată pe mâna reporterilor şi a presei în general. Dacă oamenii, instituţiile, cu deosebire guvernele acţionează pe baza reprezentărilor, atunci trebuie să dispunem de „o imagine demnă asupra lumii". Care, în viziunea autorului american, nu poate fi dată decât de experţi, de specialişti. Altminteri totul poate lua o direcţie greşită şi greu de controlat. Presa creşte în importanţă şi, odată cu ea, opinia publică. Concomitent, celelalte instituţii publice acuză parcă o slăbiciune în faţa ascensiunii de netăgăduit a opiniei publice. Presa se substituie opiniei publice, iar aceasta, la rândul ei, parcă răpeşte din puteri celorlalte instituţii. Se alterează un echilibru şi nu putem stabili cu exactitate răspunderile: invadează presa terenul spaţiului public sau instituţiile cedează şi se retrag din rolul lor clasic.

Indiferent de dezlegarea acestei întrebări, observaţi cât suntem de aproape de formularea din zilele noastre referitoare la presă ca putere paradigmatică a lumii simbolice. Putere care înlocuieşte din poziţiile lor clasice biserica şi învăţământul dar care, în acelaşi timp, exercită o imensă presiune asupra guvernării, prin intermediul opiniei publice. Presiune care induce perturbaţii şi chiar un gen de paralizie a deciziei. Cum putem lăsa opinia publică să conducă, din moment ce ea are în spate reprezentări inadecvate, nu are viziune, nu este echipată să conducă? Atunci ce rol revine acestei noi forţe?

„*Am conceput opinia publică nu drept vocea lui Dumnezeu, nici vocea societăţii, ci vocea spectatorilor care urmăresc acţiunea socială. Am presupus, de aceea, că opiniile spectatorilor trebuie să fie esenţial diferite de cele ale actorilor şi, prin urmare, tipul de acţiune pe care ei sunt capabili să o urmeze este, de asemenea, esenţial diferit*"(The Phantom Public p.187). Prin urmare, principala caracteristică a opiniei publice este aceea de a fi externă acţiunii propriu zise, aşa cum se prezentau lucrurile şi în cazul publicului. Ca atare, şi modul său de acţiune este particular. Nu putem aştepta de la opinia publică să direcţioneze acţiunea socială, pentru că, potrivit autorului american, ea însăşi are nevoie de o direcţie. De asemenea, ar fi o mare eroare dacă am cere opiniei publice să decidă în probleme economice şi sociale, pentru că nu are competenţa necesară. Opinia publică trebuie să supravegheze cum merg lucrurile şi să intervină doar în situaţii de criză. Intervenţia ei nu poate avea loc în nici un caz în planul acţiunii propriu zise, ci în crearea cadrului, a atmosferei propriu zise pentru cei chemaţi să acţioneze.

Rostul opiniei publice este să favorizeze acţiunea celor chemaţi să finalizeze programe, să promoveze iniţiative utile din punct de vedere social. Opinia publică ar fi mai curând responsabilă de climat, de

atmosfera de ansamblu a unei societăți. De aceea şi timpul predilect al acțiunii sale este cel al crizelor, al momentelor de încordare, când ea trebuie să restabilească normalitatea propice acțiunii, nu să preia frânele acțiunii propriu zise, să sprijine acele forțe care pot asigura controlul crizei şi depăşirea acesteia.”*Opinia publică în cel mai înalt ideal al său va apăra pe cei care sunt pregătiți să acționeze pe baza propriei rațiuni împotriva forțelor perturbatoare care vor să-şi impună voința*”(Ibidem, p. 59).

Nimic din forța mesianică a opiniei publice despre care vorbeau iluminiştii. Opinia publică este privită de către Lippmann cu mare precauție. Nu este eliminată din câmpul analizei, dimpotrivă i se dedică două cărți – Public Opinion şi The Phantom Public – dar este fixată într-o poziție de bystander. Datoria ei nu este să se ocupe de substanța unei probleme, să ia decizii tehnice, să încerce să facă dreptate sau să impună un concept moral. Ci doar să intervină în perioade de criză favorizând acțiunea celor capabili să depăşească asemenea momente. Fără îndoială că în multe din cazuri, opinia publică nu se poate ocupa de substanța problemelor. Întrebarea este: cum poate ea interveni în perioade de criză, dacă nu înțelege şi nu stăpâneşte substanța problemelor aflate în dispută? Pe ce criterii face alegerea între oameni? Critica lui Lippmann la adresa publicului şi a opiniei publice este seducătoare şi, se cuvine să menționăm, adesea substanțială. Chiar dacă autorul mărturiseşte că „încercarea lui a urmărit să pună de acord cumva teoria democratică cu natura opiniei publice”, soluția lui se focalizează aproape exclusiv pe rolul experților, a opiniei competente formulate de specialişti. Opinia publică urmează să joace un rol secundar, modelul democratic este regândit, conferindu-i-se o nouă coloană vertebrală: structurile de experți chemate să asigure funcționarea eficientă societății moderne.

4. John Dewey: înțelesurile trecute din gură în gură conferă realitate opiniei publice

Prin comunicare construim ceea ce avem în comun. Nu putem spune că Dewey se ocupă în mod special de opinia publică. Sau nu am identificat în lucrările sale multe referiri exprese la opinia publică. Putem face însă o serie de interferențe pornind de la concepția lui despre public şi despre comunicare. Viziunea despre public am analizat-o deja. Este important să insistăm puțin asupra viziunii sale despre comunicare, pentru a putea, apoi, să conturăm poziția sa despre opinia publică.

Nu vom putea înțelege construcția teoretică a lui Dewey, fără a cunoaşte un amănunt din biografia sa personală şi profesională. Dewey

trăieşte la Chicago, oraş care la întretăierea secolului al XIX-lea cu cel de-al XX-lea îşi dubla populația în fiecare deceniu. O imensă masă de imigranți, cu deosebire europeni, se aşezaseră în metropola americană imprimându-i un caracter de oraş pestriț din punct de vedere demografic, de adevărat Turn Babel. În aceste condiții, principala problemă era omogenizarea populației, transformarea unor grupuri de diverse etnii într-o comunitate care să fie unită de anumite interese, convingeri, idei, scopuri. John Dewey inițiază cercetări sociologice în acest scop, care îi vor întări convingerea că singura soluție este să fie puse bazele unei comunități. Axul întregii sale opere în domeniul care ne interesează este alcătuit din preocuparea de a asigura trecerea de la Marea Societate la Marea Comunitate.

O altă experiență socială care îi consolidează convingerea privind nevoia de a dezvolta lucruri în comun pe care oamenii să le împărtăşească. Începutul secolului XX aduce în viața americană mari transformări tehnologice, de la răspândirea maşinii cu abur, la explozia căilor ferate, de la funcționarea cablurilor submarine, la funcționarea largă a telefoanelor, a radioului sau a cinematografului. Dar ce mesaje, ce „sânge social" circulă printr-o asemenea infrastructură tehnologică? Este o infrastructură care favorizează marile aglomerări urbane, explozia Marii Societăți, dar prin care circulă destul de puține idei, mesaje care să contribuie la închegarea comunităților. Din nou apare ideea decalajului, a riscului imens pe care îl include societatea contemporană de a evolua într-o direcție care nu favorizează dezvoltarea şi afirmarea a ceea ce au în comun oamenii.

Ideea centrală a creației lui Dewey este cea de formare a comunității, de trecere de la Marea Societate la Marea Comunitate. Cine poate asigura această trecere grandioasă? Doar dialogul, dezbaterea, ideile discutate, asumate, obiectivele stabilite de comun acord. Nu este de mirare că în miezul operei sale este **ideea discutată şi împărtăşită**, singura în măsură să amplifice ceea ce au oamenii în comun şi să asigure premizele Marii Comunități. Toate acestea înseamnă comunicare. De aceea, comunicarea deține un loc central în lucrările sale.

John Dewey descoperă comunicarea în efortul de a înțelege, de a explica, de a oferi soluții pentru diverse probleme sociale. Autorul american nu este ceea ce am putea numi un specialist în problemele comunicării. Cu alte cuvinte, el nu studiază comunicarea de sine stătător, ca un domeniu autonom. Gânditor profund şi aplicat, el proiectează asupra comunicării, văzute, repetăm, ca fiind integrată în țesătura problemelor sociale ale vremii – lumini edificatoare, perspective de înțelegere de care nu se va mai putea face abstracție. În acelaşi efort, aduce contribuții la definirea unor noțiuni care vor intra în patrimoniul conceptual al disciplinei.

Atunci când vorbeşte despre comunicare, Dewey are în vedere ambele sensuri ale termenului: comunicarea ca transmitere şi comunicarea ca ritual. De fapt, autorul american încearcă o combinaţie între cele două modele, cu accent special pe cel de-al doilea. El vorbeşte despre „transmiterea prin comunicare", ceea ce ne duce cu gândul la modelul transmiterii. Când detaliază sensul termenului de comunicare sunt dezvoltate valenţele modelului ritual. „*Comunicarea este un proces de împărtăşire a experienţei, până în momentul când aceasta devine bun comun" (Educaţia ca necesitate a vieţii, în John Dewey, Democraţie şi Educaţie, Editura Didactică şi pedagogică, Bucureşti, 1972, p. 10*).

Nu vom înţelege cum se cuvine viziunea autorului despre comunicare dacă nu ne vom da seama că el leagă strâns comunicarea de procesul educaţional, care presupune transmiterea unei experienţe dar şi asimilarea ei. Ambele momente presupun o operaţie de reconstrucţie. În primul rând din partea celui care transmite. Experienţa nu este ca un obiect pe care îl transmiţi altcuiva. Pentru a fi comunicată, experienţa trebuie mai întâi formulată, spune autorul. Ceea ce înseamnă o detaşare, o resistematizare a ei ţinând cont de punctele de interes şi de particularităţile celui care trebuie să o primească. Prima preocupare a celui care vrea cu adevărat să transmită este să stimuleze interesul beneficiarului pentru această experienţă şi valenţele ei. Altminteri transmiterea ca atare devine o operaţie mecanică, fără mare ecou sau impact. Într-un cuvânt, experienţa trebuie configurată de fiecare dată având în vedere generaţiile, grupurile, epoca şi întrebările ei, chiar particularităţi individuale. Transmiterea trebuie precedată de un puternic efort imaginativ de a pătrunde experienţa beneficiarului, astfel încât procesul de transmitere să devină inteligibil şi chiar profitabil.

Asimilarea, la rândul ei, solicită acelaşi efort de reconstrucţie. Ca şi transmiterea, asimilarea nu poate fi echivalată cu preluarea unui obiect, ci a unui summum de învăţăminte, de trăiri, de experienţe. Scopul nu este învăţarea acestora pentru a fi repetate, ci dezbaterea lor pentru a fi împărtăşite şi asumate. Rostul adevărat al preluării unei experienţe este ca ea să devină **a noastră**; deci asimilarea presupune aceeaşi operaţie de descompunere, de selecţie de reconfigurare, în funcţie de o sumedenie de factori care variază de la o epocaă la alta, de la o comunitate la alta, de la un grup la altul. Ea presupune de asemenea dialog interpersonal, dar şi dialog al nostru cu noi înşine, drept condiţii necesare de transformare a acelei experienţe în bun comun.

„Societatea există în transmitere şi în comunicare" Există două tipuri de experienţe, precizează John Dewey. Experienţele acumulate istoriceşte şi care trebuie transmise într-un mod organizat, dar şi experienţele câştigate

în forme de cooperare mai directe. Despre primul tip am vorbit deja. Experiențele câştigate într-o formă de cooperare nemijlocită au şi ele o importanță foarte mare în menținerea societății şi coeziunii sale, în construirea sentimentului de apartenență la o comunitate. Întrucât noțiunea de comunitate este centrală în creația lui Dewey, să insistăm puțin asupra ei.

Piesele unui motor lucrează ca un angrenaj pentru a atinge un rezultat: mişcarea maşinii. Formează ele o comunitate? Nu, pentru că nu au un scop propriu zis, nu sunt conştiente de acest scop şi nu au un interes raportat la acest scop comun. Muncitorii sezonieri care lucrează într-o echipă alcătuiesc o comunitate? Au un scop, pentru că din această cauză s-au adunat, să construiască o casă, să recolteze o cultură. Nu au însă legături între ei, peste un timp echipa se desface şi fiecare membru urmează o traiectorie a sa. Avem de-a face cu relații întâmplătoare, de scurtă durată şi impuse de conjunctură. Nu sunt angajate neapărat consimțământul, dispoziția mentală şi emoțională de a face parte din acel grup.

Dar dacă ne-am imagina că după încheierea construcției, echipa respectivă se hotărăşte să continue împreună, să ridice şi alte construcții. S-au cunoscut destul de bine. Constată că au câştigat bine. Analizează împreună cerințele pieței. „Pun pe masă" nemulțumiri şi lucruri bune. Şi decid să continue, ajungând deci la o înțelegere, la un tip de consens cu privire la viața lor în perioada imediat următoare. În acest caz, putem vorbi de începutul procesului de formare a unei comunități. Avem un scop comun, oamenii sunt conştienți de acest scop, se acceptă, sunt angajați atât ca disponibilitate, cât şi emoțional. Cum s-a ajuns la acest consens, cel puțin temporar? Prin comunicare, dar prin comunicare în sens larg. Prin discuții, dar nu numai. Observându-se reciproc. Discutând între ei şi cu ei înşişi. Evaluând piața şi nevoile ei. Consensul nu poate fi decât construit, prin comunicare, prin comunicare verbală sau nonverbală, prin observații şi evaluări mărturisite sau nu, prin descoperirea a ceea ce au sau pot avea împreună oamenii dintr-un grup, localitate etc.

Comunicarea este aşa de importantă pentru Dewey, pentru că el situează în miezul societății noțiunea de comunitate. Iar comunitatea presupune o serie de lucruri comune împărtăşite şi asumate ca atare. Drumul către lucrul împărtăşit poartă un nume precis: comunicare. Repetăm, în sensul cel mai larg al acestui termen, pentru că numai astfel se poate ajunge la consens şi la un obiectiv deliberat acceptat. Dialogul este o cale. Poate cea mai importantă. Dar el este completat cu multe alte forme care, împreună, alcătuiesc drumul spre construirea comunității. Fără de care societatea însăşi nu poate fi concepută. De aceea Dewey acordă comunicării cel mai înalt statut pe care l-am întâlnit până acum: „viața socială este identică cu comunicarea"(p.6).

Dewey accentuează perspectiva comunicării ca ritual, ceea ce apare evident în fraza îndelung citată: „*Societatea nu numai că există prin transmitere, prin comunicare, ci se poate spune foarte bine că ea constă în transmitere, în comunicare ... Între cuvintele comun, comunitate şi comunicare există mai mult decât o legătură lingvistică. Oamenii trăiesc într-o comunitate în virtutea lucrurilor pe care le au în comun. Iar comunicarea reprezintă modul în care au ajuns să posede lucrurile în comun.... Pentru a forma o comunitate sau o societate, oamenii trebuie să aibă în comun scopuri, convingeri, aspiraţii, cunoştinţe, dar şi o înţelegere comună, acelaşi spirit, cum spun sociologii. Asemenea lucruri nu pot fi transmise fizic de la unii la alţii pur şi simplu, aşa cum se procedează cu cărămizile; ele nu pot fi împărţite aşa cum se împarte o plăcintă la mai multe persoane prin divizarea ei în bucăţi mai mici. Comunicarea prin care se asigură participarea la această înţelegere comună este cea care asigură dispoziţii emoţionale şi intelectuale asemănătoare – moduri similare de a răspunde la aşteptări şi cerinţe”* (Democraţie şi Educaţie, 1972, p.5-6).

Ne aflăm în faţa unui demers care acordă comunicării un rol social extrem de complex. Atât de complex, încât ea se apropie de puterea unei forţe mistice. Mulţi exegeţi spun că Dewey înlocuieşte rolul pe care Hegel îl acordă Spiritului Absolut – gânditor care a avut o mare influenţă asupra Şcolii de la Chicago, cu conceptul de „comunicare”. Comunicarea este importantă nu doar în dialogul social, în funcţionarea democraţiei, ci în însuşi procesul cunoaşterii, în desemnarea unui înţeles comun al lucrurilor. Suntem departe de abordările care leagă adevărul de introspecţie, de meditaţie solitară sau de evaluarea trăirilor subiective, de ordin personal. Aici adevărul este dialog şi dezbatere, este convenirea şi asumarea unei înţelegeri comune. Comunicarea apare ca vehiculul adevărat nu numai al dialogului social, ci şi al procesului complicat, dar atât de important pentru coeziunea socială, al definirii comune, al înţelegerii comune, al transformării unor lucruri convenite în proprietate comună.

Drumul anevoios de la simpla „opinie” la opinia cu adevărat publică. Aşa cum spuneam, nu vom găsi la Dewey foarte multe referiri la conceptul de opinie publică. Într-un fel ar fi fost şi de prisos. Pentru că opinia publică nu este altceva decât expresia intereselor, a abordărilor şi a opţiunilor publicului, despre care am vorbit pe larg. Prin urmare, caracteristicile publicului se transferă asupra opiniei publice. Cum publicul este o construcţie preponderent politică, baza democraţiei autentice, opinia publică mai necesită ceva: o cunoaştere adecvată a realităţilor sociale în care există; care solicită cercetări riguroase efectuate de către specialişti. *„Comunicarea rezultatelor diverselor*

*cercetări sociale este acelaşi lucru cu formarea opiniei publice. Aceasta marchează una din primele idei necesare în dezvoltarea democraţiei politice şi va fi una din ultimele în ordinea îndeplinirii. Pentru că opinia publică este o judecată formată şi întreţinută de cei care alcătuiesc publicul şi se referă la afacerile publice "(1954, p.*177).

Problema de fond ridicată de Dewey este cum să facem ca opinia publică să nu fie o simplă „opinie", să rămână la un stadiu puţin informat, la un stadiu amator, de părere, de poziţie improvizată. Autorul american simte acest pericol fundamental pentru opinie, de a fi improvizată şi, prin urmare, fărâmiţată, ceea ce ar însemna pierderea caracterului ei public. În abordarea sa, caracter public nu înseamnă doar sferă de răspândire, ci mai ales coerenţă, consistenţă, temeinicie, cele care pot impune opinia în spaţiul social. De aceea, atunci când vorbeşte despre opinie publică, Dewey relevă semnificaţia cercetării, singura care poate oferi soliditate poziţiilor promovate de către public. Atât de mult accentuează importanţa cercetării în procesul de formare a opiniei publice, încât ajunge să le echivaleze, cum arată şi prima afirmaţie din citatul reprodus mai sus. Mai există un risc de care se teme Dewey, acela ca opinia publica să nu fie folosită în diferite scopuri, să nu decadă la poziţia de obiect al manipulării. Antidotul l-ar reprezenta tot cercetarea şi publicarea sistematică a rezultatelor acesteia.

Remarcăm apropierea surprinzătoare dintre Dewey şi Lippmann în ceea ce priveşte „materia primă" din care să se formeze opinia publică: cercetarea realităţii, nu simpla relatare a presei, nici simpla opinie formată pe baza unei impresii de moment. Structurile de specialişti de care vorbea Lippmann, care ar trebui să publice periodic rapoarte avizate despre o problemă sau alta, le regăsim aici sub forma cercetării efective şi organizate. Credem că Lippmann nu ar fi ezitat să semneze aceste rânduri, atât de frapantă este asemănarea.

Cum ar trebui valorificate rezultatele acestor cercetări? În primul rând, facem menţiunea că ele trebuie să fie continui, sistematice, pentru a oferi opiniei publice în mod permanent date, evaluări, concluzii. Ele trebuie să fie sistematice, pentru că realitatea se schimbă şi opinia publică trebuie să cunoască aceste transformări cu o anumită rapiditate; în felul acesta, cercetarea ar putea preveni formarea de simple opinii, care, nefondate fiind, se pot dovedi dăunătoare în procesul de evaluare şi judecată socială. Asemenea cercetări sunt chemate să mai urmărească un lucru foarte important. Anume să detecteze energiile pozitive şi să le orienteze pentru a produce produce consecinţe pentru evoluţia unei comunităţi. Ca de fiecare dată, Dewey fixează cu un simţ aparte priorităţi oportune. Ne spune însă mai puţine lucruri cu privire la modalităţile de realizare, la formulele de implementare a unor gânduri, altminteri generoase.

Revenind la modul cum concepe autorul american opinia publică se cuvine să subliniem câteva lucruri importante pentru viziunea sa. În primul rând, opinia publică nu este decât acea opinie pe care o generează publicul **cu privire la probleme publice**. Cu alte cuvinte, orice alte opinii chiar venite din partea publicului dar care se referă la diferite probleme legate de persoane, de întâmplări, de situații contextuale nu s-ar încadra în conceptul de opinie publică. După părerea noastră, aici este o confuzie între subiectul şi obiectul opiniei publice. Când folosim sintagma „opinie publică" avem în vedere subiectul, forma de exprimare şi nu atât obiectul. Opinia publică poate adopta o poziție şi în legătură cu un caz, cu o persoană etc. Că opinia publică este preocupată cu deosebire de probleme de interes public, este cu totul altceva. Nu credem însă că sfera ei de preocupări trebuie limitată doar la probleme publice.

Care este sfera de răspândire a unei opinii, pentru ca ea să devină publică? Dewey este destul de ferm în această privință. Făcând deosebirea dintre simpla „opinie" şi opinia publică, autorul american precizează că „indiferent cât de răspândită este această opinie" ea nu va fi cu adevărat publică decât dacă se bazează pe cercetări. Este cu totul pozitivă încercarea de a conferi robustețe profesională opiniei publice, de a face din ea un actor avizat, care se pronunță cu greutatea provenită nu numai din numărul susținătorilor, ci şi din caracterul avizat al analizei, din pertinența soluțiilor. Un autor care examinează atât de favorabil publicul şi importanța sa în funcționarea democrației moderne nu putea să trateze opinia publică – deci forma de manifestare în spațiul social a publicului – decât cu aceeaşi unitate de măsură. Evident că într-o asemenea perspectivă „simpla opinie" nu putea fi creditată cu o valoare prea mare. Dar când „simpla opinie" se răspândeşte foarte mult, trece un anumit prag al expansiunii, este discutată şi chiar împărtăşită i se mai poate refuza accesul în spațiul opiniei publice?

Un posibil răspuns îl găsim chiar în opera lui Dewey. *„A vedea invită la postura de spectator, a auzi invită la cea de participant. Publicarea reprezintă doar un pas iar publicul care rezultă este doar parțial informat şi format până când înțelesurile puse la dispoziție nu trec din gură în gură... Aceasta şi numai aceasta conferă realitate opiniei publice"* (The Public and Its Problems, p.219). În întregime adevărat, am putea spune. Examenul autentic al opiniei publice acesta este: „să treacă din gură în gură", să declanşeze discuții, să propună întrebări, să tematizeze preocupări, să prefigureze răspunsuri şi chiar atitudini. Înțelesurile nu pot fi clarificate şi adjudecate decât prin discuții. Şi atunci are o aşa de mare importanță dacă subiectul discuției este venit „de sus", prin publicarea a ceva, sau „de jos", prin sfera de cuprindere pe care „simpla opinie" o poate atinge. Importante aici sunt dezbaterea,

temperatura dezbaterii şi rezultatele la care conduc iar nu traseul urmat de subiectul propriu zis al dezbaterii.

Dewey admite un câmp de legitimitate ale „opiniei", anume cel al evaluărilor cu privire la viitor. Ştiința poate opera în deplinătatea sa atunci când este vorba despre lucrurile care s-au întâmplat. Atunci când analiza se referă la lucruri care vor fi făcute, ştiința nu poate oferi certitudini şi întemeia în întregime o alegere. Aici opinia este legitimă şi poate fertiliza dezbaterea, întrucât relevă aspecte pe care explorarea specializată nu le-a putut surprinde sau cuantifica. Ceea ce nu înseamnă că prezența, repetăm legitimă, a opiniei ar presupune o diminuare a eforturilor de întemeiere ştiințifică a deciziilor. Potrivit autorului american, politica publică autentică nu se poate baza decât pe ştiință iar când vorbim de ştiință în acest context avem în vedere o cercetare sistematică, cuprinzătoare şi modernă, cu propuneri şi prefigurări de soluții pe măsură.

Semnalăm încă un aspect în care Dewey se apropie foarte mult de Lippmann: prezența opiniei publice „în situații de criză". Tratarea lui Dewey este mai nuanțată. Cum spuneam, el face eforturi să ridice opinia publică la o anumită altitudine, să-i confere o anumită substanță. De aceea, este preocupat de conectarea ei la rezultatele cercetărilor şi de o conectare constantă. Pentru că numai în felul acesta am putea avea „ *o opinie durabilă despre afaceri publice*"(178). Altminteri, există riscul să operăm cu o opinie publică poate corectă dar intermitentă, care intervine doar în momente de criză, în situații de urgență. „*Opinia publică, chiar dacă se întâmplă să fie corectă, este intermitentă atunci când nu este produsul metodelor de investigație şi evaluare care să lucreze continuu. Ea apare numai în crize. Aici, „dreptatea" ei priveşte doar o stare de urgență. Lipsa continuității o face să nu fie adecvată din punctul de vedere al cursului evenimentelor* (1954, 178).

Autorul face chiar o comparație cu atitudinea unui doctor care, confruntat cu o boală de urgență, administrează un tratament care să potolească doar criza respectivă, fără a se îngriji de cauzele bolii. Dacă doctorul va continua să se preocupe doar de manifestările bolii respective, atunci putem spune că el contribuie, cu sau fără voia sa, la agravarea suferinței, pentru că, între timp, cauzele bolii progresează. Aşa stau lucrurile şi în cazul intervenției opiniei publice în cazul unei crize. Poate că pe moment, intervenția este bună, întrucât potoleşte situația. Din perspectiva termenului mediu, ea nu mai apare atât de indicată, întrucât s-a limitat să gestioneze doar situația, nu să acționeze asupra cauzelor care au generat-o. De aceea, ea nu va mai fi concordantă cu evoluția evenimentelor. Aici vom surprinde foarte bine importanța pe care o are cunoaşterea rezultatelor o are pentru „contemporaneitatea" opiniei publice.

Un păcat mortal: opinia publică doar cu numele. În sfârşit, am mai semnala o problemă importantă a viziunii lui Dewey despre opinia publică. Anume „opinia publică doar cu numele", opinia în spatele căreia se ascund anumite interese, opinia partizană, care îmbracă veşminte de obiectivitate pentru a induce publicul în eroare. Aici autorul recurge la tonul cel mai aspru, pentru că o asemenea ipostază a „opiniei publice" îi contrazice toată construcţia şi, mai ales, se poate dovedi extrem de dăunătoare din punct de vedere social. „*Opinia formată întâmplător şi formată sub conducerea celor care au drept miză să facă o mincină acceptată este opinie publică doar cu numele. Numind-o astfel, acceptarea numelui drept o garanţie, amplifică forţa ei de a conduce acţiunea într-o direcţie greşită. Cu cât o împărtăşim mai mult, cu atât mai dăunătoare va fi influenţa ei" (*Idem).

Probabil că acest ultim aspect se dovedeşte de cea mai mare actualitate, când vorbim despre opinie publică. Pentru că „bolile" serioase ale opiniei publice în zilele noastre sunt asociate cu asemenea încercări. Relevăm din nou actualitatea întrebării formulate de Lippmann: pe ce ne putem într-adevăr bizui, atunci când vorbim despre opinie publică? Putem avea rezerve faţă de inflexibilitatea cu care Dewey rosteşte nevoia de a conecta opinia publică cu rezultatele cercetărilor sociale. Este posibil să nu avem încredere în caracterul practic al soluţiei oferite, dovadă că nici nu a fost asimilată. Dar nu putem să nu respectăm efortul de a ridica opinia publică la un statut care să întrunească un mare respect social. Nu putem să nu apreciem, chiar dacă avem rezerve faţă de soluţie, insistenţa cu care Dewey vrea să ferească opinia publică de boli extrem de dăunătoare, cu care noi ne confruntăm astăzi. Orice se mai poate înţelege, pare a avertiza autorul american, dar nu o opinie publică doar cu numele, o opinie publică marcată sau chiar confiscată de interese partizane, pentru că, în acest caz, sub acest nume generos, este afectat, dacă nu chiar compromis, interesul cetăţeanului şi cel public. Există riscul ca însuşi cetăţeanul să ajungă să susţină ceva care, în realitate, contravine interesului său.

În al doilea rând, este potrivit să ne întrebăm: de unde îşi trage opinia publică prestigiul? Întrebarea comportă, desigur, mai multe răspunsuri. Pentru noi, aici, este important să relevăm cerinţa ca ea să fie concordantă cu un anumit curs al evenimentelor, nu de astăzi pe mâine, ci cu o anumită evoluţie pe termen mediu. Lucru mai greu de conceput fără conectarea la rezultatele investigaţiilor sociale. De aceea, autorul ţine atât de mult la acest al aspect, al corelării cu cercetarea socială. Admite, cum am menţionat mai sus, că realitatea opiniei publice provine din discutarea problemelor ei de către cât mai mulţi cetăţeni. Dar sursa veridicităţii acestor probleme stă nu în discutarea lor, ci în valorea lor de

adevăr, în surprinderea unor tendințe mai adânci care se vor dovedi valide nu numai astăzi, ci şi în perspectivă. Temerea mare a lui Dewey este ca opinia publică să se îndepărteze de filonul consistent al evoluției sociale. În acest caz nu numai că poate orienta acțiunea socială într-o direcție greşită, dar prăbuşeşte întreaga construcție a democrației moderne. O opinie publică alterată ca substanță nu poate sluji publicul, iar fără un public avizat şi angajat, democrația nu poate exista. Opinia publică desprinsă de tendințele profunde ale dezvoltării va cunoaşte evoluții primejdioase, pentru că ea este împărtăşită de cetățeni. Cu cât va fi mai mult împărtăşită, cu atât primejdia va fi mai mare.

5. Ştirile de presă, rolul şi impactul lor: un alt câmp de dispută

O nouă paradigmă în studiul mass media. Opinia publică este legată prin mii de fire de presă. Ambii autori sesizează acestă legătură organică şi nu au cum să evite trimiterile la presă şi rolul ei, la valoarea de adevăr a ştirilor, în general la impactul social al media. Mai ales că ambii autori trăiesc experiențe semnificative, Dewey la Chicago într-o periodă când populația oraşului se dublează la fiecare deceniu, principala sfidare a momentului fiind cea a transformării unei populații pestrițe într-o adevărată comunitate. Lippmann participă direct la desfăşurarea primului război mondial şi constată marile posibilități de care dispun mijloacele de comunicare în masă de a distorsiona realitatea, de a prezenta adevăruri parțiale. Marcați de asemenea experiențe, ei lansează interpretări de răsunet cu privire la media.

Până atunci, presa era abordată cu deosebire din perspectivă morală şi, dacă vreți, politică: dreptul la informare, libertatea de exprimare, dreptul la opinie. Dominantă era moştenirea utilitarismului. Problema principală a presei, aşa cum fusese definită de către utilitarism, de la John Locke, la John Milton (*Areopagitica*), sau John Stuart Mill (*On Liberty*) era aceea a libertății, a libertății de opinie, de exprimare, de credință. Statul era văzut ca principalul „duşman", cel care poate institui cenzura, cel care poate limita aceste drepturi etc. O asemenea înțelegere a presei a şi condus la formulele „câine de pază" şi „presa – a patra putere" lansate în epocă şi dominante până în zilele noastre (Dobrescu & Bârgăoanu, 2002).

La începutul secolului al XX-lea avem de-a face cu o schimbare de paradigmă în domeniul înțelegerii şi cercetării media: tema libertății presei este înlocuită cu cea a efectelor. Una dintre lucrările care face această trecere este *Public Opinion* a lui Walter Lippmann. Titlul, cum

remarca şi James W. Carey, poate induce în eroare: „*Chiar dacă titlul său este <<Public Opinion>>, subiectul şi actorul principal sunt mass media, cu deosebire cele care transmit ştiri. Lucrarea a întemeiat o adevărată tradiție de cercetare, întrucât a schimbat centrul de greutate în studiul mass media* (Carey, 1996, 28).

Lippmann redefineşte problema tradițională a presei şi o transpune pe tărâm epistemologic. După cum remarca şi Richard Rorty (1979, 3), Lippmann vorbeşte despre trei niveluri diferite la care ne reprezentăm lumea: cel care o face cu fidelitate – ştiința – cel care o face cu mai puțină fidelitate – arta – şi cel care nu o face deloc, deşi pretinde acest lucru – jurnalismul. Ştirile nu ne dau decât semnale că se întâmplă ceva. Ele nu înfățişează evenimentul în realitatea sa propriu-zisă, ci oferă o „fotografie degenerată". Când redau ştirile realitatea? Atunci când această realitate este reductibilă la date statistice măsurabile: scorurile unui meci, ratele de schimb ale valutelor, rezultatele alegerilor, diversele tranzacții economice etc. În rest, ştirile sunt ceea ce percepe reporterul grăbit dintr-o realitate, reflectarea palidă, deformată, recompusă în funcție de datele şi structura stereotipurilor noastre culturale, a ceea ce cultura şi educația au construit în mintea noastră: „percepem ceea ce suntem pregătiți să percepem". În ultimă instanță, ştirile nu fac decât să „disemineze" în diferite feluri stereotipurile existente în noi. Ele nu reflectă o realitate, ci reproduc un sistem de valori existent. Soluția promovată de către autorul american: instituirea unei autorități cvasi-guvernamentale, un birou de specialişti care să reducă totul la date incontestabile.

Nu putem avea o Opinie Publică, deoarece, pentru aceasta, ar trebui să avem opinii individuale formate pe baza reprezentării corecte a lumii. Există multe piedici în calea acestor reprezentări corecte: timpul limitat, contactul întâmplător cu publicul, anumite temeri ale audienței de a se confrunta cu faptele etc. Dar cea mai mare piedică este reprezentată de natura ştirilor, care nu înfățişează realitatea (ele constituind, cel mult, semnale ale evenimentelor), ci diseminează şi implantează stereotipuri.

Astfel, discuția despre public, guvern, libertate de expresie este împinsă în plan cu totul secundar. Dezbaterea despre presă este una fixată în termeni de ştiință, adevăr, stereotipuri. Este o abordare de natură epistemologică. Cum remarcă şi Carey, în viziunea lui Lippmann „nu există garanții că vom ajunge la adevăr chiar dacă condițiile libertății sunt asigurate" (Carey, 1996, p.29). Cauza adevărată constă în natura ştirilor, în modul cum sunt culese, redactate, prelucrate. Pe scurt, acestea nu au prea mare legătură cu realitatea pe care pretind că o reflectă.

Pornind de aici, Lippmann dezvoltă o serie de consecințe politice. Societatea timpului său, consideră autorul american, cunoaşte o adevărată „derivă". Pentru conducerea şi gestionarea sa corectă nu vom putea să ne spijinim pe opinia publică , pe public şi pe ziare. Nu există opinie publică

bine informată, pentru că ştirile pe baza cărora se construieşte nu reflectă realitatea. De aceea, opinia publică nu poate judeca realitatea în cunoştinţă de cauză şi cu atât mai puţin nu o poate stăpâni. Votanţii sunt de-a dreptul incompetenţi. „*Interesul comun eludează într-o măsură semnificativă opinia publică şi nu poate fi gestionat decât de o clasă specializată. Nu pun mare preţ pe ceea ce poate fi făcut de către opinia publică sau prin acţiunea maselor*" (Lippmann, 1922/1991, p. 78).

Lippmann teoretizează ceea ce, mai târziu, se va numi „democraţie fără cetăţeni". O societate condusă de o clasă de specialişti, de un „nou ordin de samurai" este vidată de substanţa sa democratică, de participare la dezbaterea publică, de interesul şi preocuparea pentru binele public pe care le presupun democraţia. Carey surprinde cu acuitate că, de fapt, Lippmann „scoate publicul din viaţa politică şi viaţa politică din sfera publică" (Carey, 1996, 29). Ce mai rămâne atunci din democraţie?

Ştirea se împlineşte prin stimularea dezbaterii publice. Replica vine din partea lui Dewey, contemporanul lui Lippmann, şi ea este foarte dură: „*cea mai mare condamnare a democraţiei scrisă vreodată"*. Dewey scrie o analiză pe marginea cărţii lui Lippmann, chiar în anul de apariţie, pentru ca, patru ani mai târziu, în *The Public and Its Problems*, să revină pe larg asupra acestei teme. Dewey nu neagă în nici un fel importanţa veridicităţii, a valorii de adevăr a ştirilor. Dimpotrivă, el spune: „*cercetarea sistematică a condiţiilor de răspândire a informaţiei tipărite reprezintă o precondiţie a formării unui public autentic"*. Numai că evaluarea majoră a unei informaţii trebuie făcută într-un alt plan, cel al dezbaterii pe care o prilejuieşte, al dialogului pe care îl stimulează, al consensului pe care îl favorizează. A pune accentul în mod exclusiv doar pe valoarea sa de adevăr, pe veridicitatea informaţiei propriu zise, ar însemna să nu înţelegem bine rolul ştirii. Ştirea, spune Dewey, este doar un semnal. Ea aduce în atenţia publică un fapt; ea portretizează o situaţie. Şi astfel stimulează discuţia publică, curiozitatea socială, preocuparea pentru viaţa comunităţii. Ştirea se împlineşte cu adevărat în acest plan, şi în acest plan trebuie purtată discuţia despre valoarea socială a ştirii, nu în cel epistemologic. Într-o asemenea perspectivă, ştirile nu trebuie considerate o „formă degenerată de ştiinţă" care se bazează şi pune în circulaţie stereotipuri, ci prilejuri pentru dezbateri şi acţiuni publice, o formă de a auzi şi de a fi auzit.

Construcţia lui Lippmann pornea de la ideea că reprezentările cu care operează oamenii nu sunt corecte. Dacă acestea ar fi corecte, atunci ar rezulta un public autentic şi o opinie publică informată şi activă. Dewey interpretează cu totul diferit lucrurile. Opinia publică nu se formează în momentul în care persoanele se află în posesia unor informaţii adevărate şi al unor reprezentări corecte. Opinia publică se formează doar în

discuții, în dezbateri, în confruntarea de interese, de abordări, de perspective. Dacă ar fi să judecăm ştirile, raționează Dewey, reproşul fundamental pe care l-am putea face nu este acela că nu exprimă corect realitatea, ci că nu stimulează suficient conversația şi dialogul public. Când vorbim despre realitatea socială trebuie să avem în vedere, potrivit lui Dewey, nu numai o realitate care trebuie reflectată, ci şi una care trebuie construită, perfecționată.

Soluțiile preconizate sunt diferite în acord cu abordările autorilor. Lippmann recomandă mai multă ştiință, mai mult adevăr, mai multă informație corectă, în timp ce Dewey pune accentul pe dezbatere, pe animarea conversației, pe înviorarea dezbaterii publice. De menționat că cele două perspective de abordare nu se exclud. De pildă, Dewey, vorbind despre exigențele activității de presă menționa că procesul de investigație jurnalistică trebuie să-l reproducă pe cel de investigație sociologică. De altfel, până la un anumit nivel al analizei, el este de acord cu autorul lucrării *Public Opinion*. Diagnosticul pus de Lippmann este găsit ca interesant şi instructiv de către Dewey. Ceea ce nu poate accepta el sunt concluziile sociale şi politice ale lucrării, soluțiile avansate. Filosoful american inițiază demersul critic pornind de la aceste consecințe şi recomandări. Ataşamentul său la valorile democrației participative îl face să nu poată accepta verdictul lui Lippmann. Chiar dacă Dewey este, câteodată, excesiv de optimist, chiar dacă, uneori, exprimă o viziune idilică în ceea ce priveşte micile comunități şi procesul de formare a acestora, nu poate să nu impresioneze şi astăzi adâncimea analizei, menținerea perspectivei sociale în judecățile exprimate, angajamentul de a promova modelul democratic. Ceea ce i-a şi adus binemeritata apreciere de „filosof al democrației".

Întrebarea gravă pe care o formulează Lippmann referitoare la veridicitatea ştirilor nu eludează pe cea a impactului exercitat de acestea. Impactul există, chiar dacă ştirea nu este adevărată. Lippmann este preocupat de acest impact; de aceea şi vorbeşte despre instituirea unei structuri de experți care să informeze corect opinia publică. El îşi dă seama că informarea publică este o operă prea importantă pentru a putea fi lăsată pe mâna unor oameni grăbiți, mai puțin pregătiți, care, în cele din urmă, nu fac decât să ne prezinte propria înțelegere a faptelor, nu faptele ca atare.

6. O operă care a izbândit şi una care străluceşte trist

Formulând asemenea întrebări, Lippmann pregăteşte terenul pentru lansarea modelului tip transmitere şi mai ales pentru cercetarea efectelor, care, cu numai două decenii mai târziu, va reprezenta preocuparea predilectă a studiului comunicării, cel puțin în SUA. Nu vom întâlni

astăzi studiu important în domeniu opiniei publice care să nu facă trimitere la creația lui Lippmann în această privință. „ The World Outside and the Pictures in Our Heads" este cea mai des citată. Stereotipurile şi structurile de stereotipuri, mediul de ficțiuni (pseudo environment-ul), faptele nevăzute (unseen facts) etc. sunt noțiuni care au intrat deja în cultura de specialitate a domeniului. Doritor de contraste, de a formula problemele într-un mod cât mai tranşant, mai izbitor, Lippmann introduce un tip de abordare bipolară în studiul opiniei publice. "Lumea din afară" şi "imaginile din mintea noastră" fixează analiza unei realități prezentată ca fiind prea scindată în raport totuşi cu fluxurile permanente care există între cele două "lumi". (Slavco Splichal, 1999, p. 89). Când vorbeşte despre public, autorul American instituie aceeaşi falie: insider-i şi outsider-i, trecând cu vederea faptul că publicul întruneşte şi poziția de spectator şi cea de participant, că el acoperă, cum remarca şi John Durham Peters, "ambele sensuri, teatrale şi politice"(John Durham Peters, 1995, p. 3)

Lippmann este şi publicist de primă mărime. Au trecut examenul timpului nu doar caracterizări şi noțiuni, ci şi formule memorabile: „*noi nu vedem mai întâi şi apoi definim, ci mai întâi definim şi apoi vedem"; „selectăm ceea ce cultura noastră a definit pentru noi şi tindem să percepem ceea ce cultura noastră, într-o formă stereotipă, a ales pentru noi"; „trăim în aceeaşi lume dar simțim în lumi diferite*".

Abordarea propusă de Dewey nu s-a valorificat, din perspectivă istorică, pe măsura valorii ei şi, oricum, nu aşa de mult precum cea a lui Lippmann. Ea a rămas prinsă parcă într-un insectar al evoluției studiului comunicării. Este adevărat că studiile culturale, atât cele britanice cât şi cele americane, se revendică de la Dewey. La fel şi şcoala dramaturgică. Este vorba mai mult de preluarea unor formule, a unor idei, dar nu de valorificarea şi dezvoltarea modelului ritual care are un potențial pe care nu îl realizăm cum se cuvine. Chiar mai puțin valorificată, creația lui Dewey are valoarea unui reper: străluceşte trist, parcă pentru a ne arăta cât de mult greşim că nu ne preocupă ideea de „Mare comunitate" şi cât de mult avem de parcurs pentru a ajunge la acest stadiu.

O dispută care putea întemeia şcoli de gândire diferite, un important ferment pentru studiul de mai târziu al comunicării, a evoluat preponderent pe o singură latură. Chiar dacă promovează viziuni complet diferite, disputele şi polemicile sunt, în plan istoric vorbind, complementare. Ele luminează fațete diferite ale proceselor şi pregătesc mai buna înțelegere a acestora, sau, în alți termeni, sintezele de mai târziu. Simptomatic pentru studiul comunicării este că disputele nu se reproduc, nu întemeiază direcții de cercetare, nu se autovalorifică în plan istoric. De aceea, în acest domeniu nu întâlnim sinteze, ci doar o direcție care a izbândit. Studiului comunicării îi este caracteristică o anume

unilateralitate. Ceea ce îngreunează ansamblarea presupusă de elaborarea unei Istorii.

Indiferent către care dintre cei doi autori se îndreaptă predilecția, de operele lor te desparți cu regret, pentru că au altitudini teoretice şi propensiuni pentru sistem de gândire. Contemporani cu epoca lor, Lippmann şi Dewey strălucesc deopotrivă când este vorba despre vocația construcției culturale. În această privință, cei doi autori fac trecerea de la secolul al XIX-lea spre cel următor, parcă detaşându-se de evoluțiile ulterioare, înclinate spre cercetare empirică şi mărunțire teoretică. Simți în scrierea lor un protest implicit față de abdicarea de la înălțimea gândului pe care o profesează partea a doua a secolului pe care de curând l-am încheiat.

Bibliografie

Altschull, Herbert (1990): From Milton to McLuhan. The Ideas behind American Journalism, Allyn &Bacon, p. 307.

Carey, James W. (1992): Communication as Culture, Essys on Media and Society, New York, London, Routledge.

Dewey, John (1954): The Public and its Problems, Swallow Press, Ohio University Press, Athens. Originally printed in 1927 by Henry Holt and Company.

Dewey, John (1972): Democrație şi Educație, Bucuresti, Editura Didactică şi Pedagogică.

Durham, Peters, John(1995): Historical Tensions in the Concept of Public Opinion, in Public Opinion and the Communication of Consent, London, New York, The Guilford Press.

Fort, D. (1998): John Dewey: America's Philosopher of Democracy, Lanham, Md: Rowman&Littlefield

Glasser, Theodore L and Salmon Charles T. (edits.),1995, Public Opinion and the Communication of Consent, New York, London, The Guilford Press, Introduction by Elihu Katz.

Lasswell, Harold (1927): The theory of political propaganda, American Science Review, vol. 21, 1927, p. 627-631);

Curtis, Michel (1922/1991) Introduction to Public Opinion, by Walter Lippmann

Lippmann, Walter(1927/1993) The Phantom Public, Transaction Publishers, New Brunswick(U.S.A.) and London. Originally published in 1927 by Macmillan Company.

Lippmann, Walter(1992/1991): Public Opinion, New Brunswick, New Jersey, Transaction Publishers. Originally published in 1922 by The Macmillan Company.

Lippmann, Walter(1959) The Public Philosophy, New York The New American Library,.
Meier, N.C. (1925). Motives in Voting: A Study of Public Opinion. American Journal of Sociology, 31.
Splichal, Slavco Public Opinion (1999), Developments and Controversies in the Twentieth Century, New York, Oxford Lanham, Boulder, Rowman & Littlefield Publishers.
Westbrook, R.B. (1991). John Dewey and the American Democracy. Ithaca: Cornell University Press.
Woodly, C.D. (1926). The Chicago Primary of 1926. Chcago:Chicago university Press.

Curs 3
Şcoala de la Chicago
Plasarea comunicării în inima proceselor sociologice

Despre Şcoala de la Chicago s-a scris mult şi preponderent din perspectivă sociologică. Mai puțin a fost tratată contribuția sa în domeniul studiului comunicării sociale. Şi mai puțin a fost analizată corelația pe care Şcoala de la Chicago o stabileşte între procesele sociologice şi cele de comunicare. Mai precis, reprezentanții acestui curent de gândire, dorind să studieze procese sociale presante şi complexe, propunându-şi să facă acest lucru din perspectivă sociologică, descoperă un strat mai adânc al realității, un strat care nu poate fi în întregime nici explicat, nici modelat doar dintr-o asemenea perspectivă. Este problematica, a;a de complexă, a comunicării sociale care trebuie concepută într-un raport de complementaritate cu cea sociologică; ambele perspective se cer corelate pentru a descifra corect realitatea şi, mai ales, pentru a contura soluții adecvate de ghidare a evoluției sale.

Un motiv anume ne face să insistăm asupra acestei Şcoli: subevaluarea contribuției sale la studiul comunicării sociale. Contribuție pe care noi o considerăm întemeietoare. Este semnificativ faptul că astăzi, când suntem contemporani cu mai multe încercări de scriere şi de rescriere a istoriei studiului comunicării, Şcoala de la Chicago este redescoperită. Sperăm ca rândurile de față să lumineze mai bine aceste contribuții înscrise cu mult înainte ca domeniul comunicării sociale să se autonomizeze ca domeniu de sine stătător al analizei şi cercetării sociale. De aceea, asemenea contribuții sunt cu atât mai valoroase.

1. „Declarațiile de independență" ale cercetării americane

„Sociologia de la Chicago era totuna cu Sociologia"

Şcoala de la Chicago ia naştere în jurul primului Departament de sociologie din SUA şi va fi recunoscută drept un moment de sine stătător în istoria acestei discipline. Unii dintre profesorii şi cercetătorii care s-au format în cadrul departamentului de Sociologie în acea perioadă de glorie au mărturisit că, la momentul respectiv, credeau chiar că sociologia de la Chicago e totuna cu Sociologia. De fapt, era un fel de a spune că Şcoala de la Chicago a dominat istoria de început a sociologiei americane. În primele decenii ale secolului al XX-lea, avem de-a face cu un adevărat

proces de acaparare a sociologiei americane de către Departamentul de sociologie de la Chicago, proces atestat de următoarele fapte:

- în 1909, la doar 17 ani de la înființare, Departamentul de sociologie de la Chicago oferea 100 dintre cele 1000 de cursuri de sociologie care se predau în toate cele 200 de universități americane ale momentului;
- Departamentul respectiv editează *The American Journal of Sociology*, prima revistă de profil de pe continentul american;
- între 1895 şi 1915, Chicago a acordat 35 de titluri de doctor în sociologie, dintre cele 98 de titluri oferite în întreaga Americă;
- între 1915 şi 1935, la Chicago au absolvit 60 de doctori în sociologie, iar dintre aceştia, 11 s-au numărat printre primii 37 de preşedinți ai Societății Americane de Sociologie;
- în 1929, 1/3 dintre toți absolvenții de studii postuniversitare în sociologie se aflau la Chicago; îşi luaseră titlul de doctor la această universitate, se răspândiseră la alte universități, iar de acolo trimiteau studenții cei mai buni înapoi la Chicago; în felul acesta, multe dintre departamentele de sociologie ale universităților americane reprezentau adevărate „incubatoare" pentru Universitatea Chicago;
- cursuri universitare de bază în domeniul sociologiei utilizate şi în celelalte universități americane au fost elaborate de către autori aparținând acestei universități: *The Polish Peasant in Europe and America* (1918-1920), de W.I. Thomas şi F. Zaniecki, *Introduction to the science of sociology*, editată de R.E. Park şi E. Burgess (1921), (Rogers, 1994, p. 147).

O periodizare a Şcolii de la Chicago aparținând autorilor A.G. Fine şi J.R. Gusfield (1995) propune următoarele personalități-cheie care jalonează evoluția acesti grupări:

a) părinții „fondatori": John Dewey, Albion Small, William Thomas[*], George Herbert Mead (reținuți atât pentru contribuțiile de natură instituțională – este cazul mai ales al lui A. Small, primul director al Departamentului de Sociologie, cât şi pentru contribuțiile în planul ideilor şi al metodologiei de cercetare promovate);
b) prima generație de sociologi propriu-zişi care să inițieze un vast program de cercetare a problemelor sociale contemporane: Robert Ezra Park, Ernest Burgess, Everett C. Hughes;

[*] De numele lui W. Thomas se leagă celebra teoremă cu privire la „definirea situației", cunoscută chiar sub denumirea de „teorema lui Thomas"; teorema (mai degrabă un enunț) a fost formulată în 1928 (Thomas & Thomas, p. 572) în următorii termeni: „situațiile care sunt definite ca fiind reale devin reale prin consecințele pe care le au" (engl.: *situations that are defined as real become real in their consequences*).

c) „a doua Şcoală de la Chicago”, revitalizată şi reîmprospătată prin contribuțiile unor sociologi precum: Herbert Blumer, David Riesman, Anselm Strauss, Erving Goffman.

Chicago – laboratorul în care sunt testate noile teorii sociologice

Oraşul Chicago reprezenta, după cum se exprima Park, un adevărat „laborator”. Îşi dublase populația între 1880 şi 1890 şi încă o dată până în 1910. Demografic, era o aşezare de o diversitate ieşită din comun. În 1892, când se înființează universitatea, Chicago era al doilea mare oraş al Americii cu o populație de 1 milion de locuitori. În 1900, jumătate din populația de 1,7 milioane era născută în străinătate, iar cea mai mare parte a locuitorilor se aflau la prima generație născută pe pământ american. În 1904, Weber vizitează oraşul şi îl descrie astfel: *„este ca un om căruia i s-a jupuit pielea, motiv pentru care poți să vezi cum îi funcționează intestinele”*.

Meritul lui J. Dewey, W. Thomas, R.E. Park, E. Burgess, C.H. Cooley, G.H. Mead constă în faptul că autohtonizează teme ale sociologiei europene, abordează problemele legate de identitate (socială şi individuală) într-o manieră specific americană. Contribuția lor se încadrează într-un context mai larg. La sfârşitul secolului al XIX-lea, Statele Unite lansează „declarații de independență” față de Europa în domenii variate, în literatură, artă, filosofie. În această perioadă, se articulează principalele idei ale filosofiei pragmatice, este lansată ipoteza cu privire la rolul frontierei în derularea istoriei americane şi în crearea specificului național american (Turner), sunt publicate opere literare de mare prestigiu (Emerson, Whitman, Melville, Hawthorne), se nasc preocupările cu privire la recuperarea tradițiilor indigene. În contextul acestor „declarații de independență”, primii autori cu preocupări în zona socialului au „citit” cu ochi americani conceptele fundamentale ale sociologiei europene: comunitate (*Gemeinschaft*) şi societate (*Gesellschaft*), status şi contract, solidaritate organică şi solidaritate mecanică, feudalism şi capitalism. Reprezentanții săi au procedat la interpretarea lor din perspectiva realităților noului continent, elaborând concepte, noțiuni, un întreg vocabular specific american.

Şcoala de la Chicago a constituit un gen de reacție la principalele aserțiuni ale utilitarismului, care modelaseră, în secolul al XIX-lea, majoritatea dezbaterilor din societatea americană cu privire la presă. Carey (1996) semnalează că tradiția utilitaristă nu a prins rădăcini în Germania, putându-se vorbi chiar de un contrautilitarism dezvoltat de cercurile intelectuale germane. Autorii grupați în jurul lui Dewey au fost influențați de tradiția germană a contrautilitarismului. Contrautilitarismul german tematizase în mod diferit comunicarea, de la o problemă a libertății şi a accesului la informație, la una de integrare socială şi

dominație. Întrebarea referitoare la condițiile care garantează libertatea este modificată astfel: cum se poate ajunge la solidaritate şi ordine socială prin comunicare? Ceea ce presupune un set nou de preocupări: rolul comunicării, probleme legate de integrare, de legitimitate, putere şi control etc.

De menționat că şi contrautilitarismul german va fi, la rândul său, contextualizat de către Dewey şi colegii săi, astfel încât să ofere răspuns la probleme şi preocupări americane (morală, educație, politică, ştiri, fenomene sociale de mare anvergură). În ambele cazuri, preocupările au constituit un răspuns la transformarea rapidă a societății, la dorința de a defini şi de a explica naşterea şi dezvoltarea societății moderne, la cerința de a articula conştiința socială prin comunicare. În Germania, aceleaşi subiecte au fost abordate în cadrul demersurilor de factură filosofică şi politică, având, deci, un caracter preponderent teoretic. În America, sociologia şi studiul comunicării de masă, ca fenomen social, au luat naştere din nevoia clar conturată şi asumată de a contribui la înțelegerea şi orientarea unor procese sociale presante, constituind un adevărat punct de sprijin pentru acțiuni practice imediate.

Una dintre primele contribuții de relief ale sociologiei de la Chicago o reprezintă lucrarea *The Polish Peasant in Europe and America*. Elaborată de către W.I. Thomas şi F. Znaniecki între 1918 şi 1920, lucrarea este organizată în patru părți: prima înfățişează principalele trăsături ale societății rurale poloneze din acea vreme, a doua include o serie de scrisori schimbate între proaspeții imigranți polonezi în Statele Unite şi rudele rămase acasă; cea de-a treia parte examinează fenomenele de dezorganizare socială prezente în societatea americană, iar ultima parte se axează pe modul în care s-au cristalizat şi dezvoltat comunitățile de polonezi-americani, evidențiind natura dual a acestor comunități aflate la intersecția dintre cultura poloneză, pe de o parte, şi condițiile economice şi valorile sociale americane, pe de alta.

The Polish Peasant in Europe and America se înscrie în rândul lucrărilor clasice în primul rând prin tematica abordată – grupul primar, structura familiei şi sistemul de clase din mediul rural, mediul social şi economic, comportamentul religios, fenomenele de dezorganizare şi de reorganizare ale societății poloneze, disoluția solidarității familiale, fenomenele de dezorganizare şi de reorganizare socială în Statele Unite. În egală măsură, lucrarea este reținută pentru faptul că inaugurează o metodă de cercetare calitativă care va face carieră – metoda biografică.

Cei doi autori observă că primele generații de imigranți reuşesc să supraviețuiască şocului schimbării – schimbare de limbă, de obiceiuri, de la o societate rurală la una urbană, în timp ce copiii lor sunt predispuşi spre devianță. Această predispoziție intervine ca urmare a ruperii legăturilor sociale, famiale şi de grup, slăbirii controlului social din partea

comunității. În timp ce membrii primei generații sunt capabili să invoce ritualurile, obiceiurile, contextul de ansamblu al societății de proveniență, tinerii erau implicați într-un proces de socializare ale cărui date erau fundamental diferite. Ca urmare a apartenenței la familii şi grupuri de polonezi, tinerii se socializau urmând idealurile şi valorile poloneze, numai că acestea nu se mai potriveau noii societăți americane urbanizate. Rezultatul abruptei schimbări culturale şi sociale era acela că tinerii polonezi-americani nu reuşeau să fie asimilați societății americane, dezvoltând un invidualism pronunțat, foarte puțin controlat de coeziunea de grup, de valori comune.

Pentru a susține observațiile cu privire la dificultățile pe care le întâmpină a doua generație de imigranți polonezi în SUA, Thomas şi Znaniecki prezintă un volum impresionant de materiale – scrisori, documente provenite de la parohii poloneze, documente ale comunității, precum şi autobiografia, prezentată pe larg, a unui tânăr polonez. Prin aplicarea acestei metode de investigație sociologică – metoda biografică – cercetătorii au subliniat importanța factorilor individuali şi subiectivi în analizarea fenomenelor sociale.

Impactul decisiv al lucrării *The Polish Peasant in Europe and America* constă mai puțin în conținutul ca atare al datelor colectate, cât în subiectul abordat – care a pus în mişcare studiile referitoare la grupurile etnice şi cele de emigranți şi în metodologia de cercetare – metoda biografică. Interesul autorilor pentru grupurile de imigranți se înscrie preocupării de ansamblu a Şcolii de la Chicago, aceea de a oferi informații, analize, interpretări, care să conducă la îmbunătățirea condițiilor sociale. Thomas şi Znaniecki sperau că datele referitoare la modul în care indivizii şi grupurile deviază de la curentul principal din societate sau, dimpotrivă, sunt asimilați acestuia, vor fundamenta reformele sociale care să conducă asimilarea cât mai completă a comunităților etnice.

Un rol ambivalent în societate

După cum semnalează lucrarea la care am făcut referire mai sus, problema integrării valurilor de populație devenise acută pentru întreaga Americă, dar pentru Chicago era vitală. Adaptarea la un stil de viață nou, nesiguranța, delicvența, toate alcătuiau un adevărat şuvoi de probleme sociale. Integrarea acestei populații echivala în multe privințe cu supraviețuirea oraşului Chicago. Pe acest fundal, sunt descoperite comunicarea şi rolul său în accelerarea proceselor de formare a noilor comunități. După cum remarca McQuail (2000, p. 37), „schimbările fundamentale erau de ordin social şi economic, dar era mult mai uşor de arătat că ziarele, filmul, cărțile, muzica, revistele, spectacolele

contribuiau, cel puțin în mod potențial, la creşterea delicvenței, la declinul înregistrat din punctul de vedere al moralității".

Deci, de la început, procesele reale de comunicare ne apar ca având un rol ambivalent. Unul pozitiv, de stimulare a unor procese de importanță vitală pentru societate, unul negativ, de stimulare a unor reacții antisociale, de accentuare a tendințelor centrifuge. Meritul de fond al Şcolii de la Chicago este acela că subliniază rolul esențial pe care îl poate îndeplini comunicarea în procesele sociale de integrare; concomitent, reprezentanții acestei Şcoli sesizează pericolul ca forme ale comunicării să poată fi învinuite de evoluții şi tendințe care aveau întemeieri sociale profunde. Scoala de la Chicago a considerat de la început, cu determinarea pe care o dă credința, că mijloacele comunicării de masă pot sta la baza creării unui nou tip de coeziune socială. Arareori vom găsi pagini atât de frumoase şi de adânci referitoare la comunicare şi rolul ei social ca în scierile reprezentanților Şcolii de la Chicago. Identificăm aici onestitatea şi sagacitatea omului de ştiință, dar şi sensibilitatea şi vibrația civică cu care aceşti cercetători au privit problemele sociale tulburător de presante ale oraşului în care locuiau.

Şcoala de la Chicago ocupă un loc aparte în domeniul comunicării. Chiar dacă o vreme ea a fost neglijată sau tratată superficial, istoria comunicării revine asupra a ceea ce reprezentanții Şcolii de la Chicago au propus ca ipoteze de înțelegere şi explicare a fenomenenelor sociale ale momentului. Am putea spune că asistăm la un proces de repoziționare a contribuției acestui curent de gândire la constituirea domeniului comunicării, în urma căruia Şcoala de la Chicago este concepută ca un moment de sine stătător în devenirea comunicării, care a prefigurat teme, a lansat concepte, a anunțat problematici pe care le vom găsi dezvoltate şi nuanțate în corpul de mai târziu al disciplinei. Putem vorbi chiar de *contribuții întemeietoare* ale lui Dewey, Mead, Park, Cooley, care îndreptățesc tratarea Şcolii de la Chicago ca un punct de cotitură în înțelegerea comunicării şi a importanței acesteia.

Curentul de care ne ocupăm are semnificații şi din alt punct de vedere. El ne arată cum a luat naştere comunicarea în interiorul unor discipline socio-umane – în cazul de față, sociologia – autonomizându-se pe măsură ce fenomene şi procese sociale nu au mai putut fi explicate doar cu aparatul conceptual al disciplinelor clasice.

Rogers ne propune următoarea sistematizare a influenței şi contribuțiilor Şcolii de la Chicago asupra teoriei şi cercetării comunicării de masă (Rogers, 1994, pp. 139-140):

- a reprezentat prima dezvoltare substanțială a ştiințelor sociale în America, jucând rolul de cap de pod intelectual pentru teorii europene importante, mai ales pentru ideile sociologului german George Simmel;

- sociologii de la Chicago au pus bazele unei teorii cu privire la socializare şi formarea personalității articulate în jurul problemelor legate de comunicare; umanul şi socialul însemnau pentru aceştia a comunica; sociologii au pus sub semnul întrebării explicațiile care puneau preț pe instinct, articulând un punct de vedere cunoscut mai târziu sub denumirea de „interacționismul simbolic”;
- a lansat în domeniul comunicării modelul ritual care va influența mai târziu autori şi şcoli de gândire cum ar fi Studiile Culturale Britanice,Şcoala de la Palop Alto;
- a conferit ştiințelor sociale un pronunțat caracter empiric; Şcoala de la Chicago a avut un caracter pragmatic, căutând să îmbunătățească lumea prin cercetarea problemelor sociale; una dintre întrebările şi mizele sale centrale a fost angajarea cercetării în procesele sociale complexe ale constituirii comunităților urbane, astfel încât democrația să poată supraviețui în mahalele imigranților din marile oraşe care se extindeau cu repeziciune.

John Dewey, părintele spiritual al Şcolii de la Chcago

Firesc ar fi fost să începem analiza Şcolii de la Chicago cu poate cel mai reprezentativ membru al său, cu John Dewey. Ne-am referit însă la cofondatorul pragmatismului american în cursul anterior. Acum ne vom mărgini să spunem că John Dewey vine la Chicago în 1894, la solicitarea preşedintelui acestei universități. Important de subliniat este că Dewey vine împreună cu G.H.Mead, cu care era bun prieten, şi cu Rowland Angell, ca profesor asistent de psihologie. Împreună, cei trei formează nucleul a ceea ce, mai târziu, va fi cunoscut sub denumirea de „Şcoala de la Chicago”. La Michigan din Ann Arbor, de unde tocmai plecase, Joun Dewey a lăsat un discipol al său care avea să devină unul din reprezentanții de frunte ai interacționismului simbolic – C.H.Cooley. Chiar dacă nu a lucrat efectiv la Chicago, prin filiație ideatică, opera sa aparține Şcolii de care ne ocupăm. Tot la Michigan, John Dewey i-a fost profesor lui R.E. Park, ulterior devenit profesor şi figură ştiințifică de primă mărime a Şcolii de la Chicago. Deci, dacă am avea în vedere doar aceste nume de cercetători – G.H.Mead, C.H. Cooley, R.E.Park – pe care le-a influențat direct ne vom da seama care a fost contribuția lui John Dewey la crearea Şcolii de la Chicago.

În perioada pe care o petrece la Chcago (1894-1904), John Dewey conduce departamentul de filozofie, de psihologie şi de pedagogie. De fapt, el creează o şcoală experimentală de sine stătătoare, care se va bucura de o subvenție specială. În această calitate, inițiază cercetări aplicate în domeniul sociologiei, psihologiei, pedagogiei, publică multe lucrări şi lansează o orientare în investigarea socială, orientarea empirică,

extrem de oportună pentru dezvoltarea ramurilor de cercetare respective. O dovadă că cei 10 ani petrecuți la Chicago sunt prolifici sub raport profesional este şi faptul că, în 1905, Dewey este ales Preşedinte al Societății americane de filozofie. Din cele 37 de volume publicate de-a lungul unei vieți impresionant de active, relevanță specială pentru domeniul comunicării prezintă lucrările *The Public and Its Problems* (1927), *Democracy and Education* (1916), *Human Nature and Conduct: An Introduction to Social Psychology* (1922). Atunci când vorbeşte despre comunicare, Dewey are în vedere ambele sensuri ale termenului: comunicarea ca transmitere şi comunicarea ca ritual. În opera sa, Dewey dezvoltă însă modelul ritual de care îşi va lega numele, ca întemeietor de paradigmă în domeniul comunicării.

2. Robert Ezra Park –fondator al studiului sociologic privind comunicarea

O carieră academică începută la 50 de ani

Robert Ezra Park este recunoscut în sociologie mai ales pentru contribuția înscrisă în domeniile ecologiei umane şi urbane, al comportamentului colectiv, controlului social şi relațiilor interrasiale. În acelaşi timp, numele lui se leagă de construcția Departamentului de sociologie al Universității Chicago, pe care l-a condus în perioada 1915 – 1935. Meritele în domeniul comunicării sunt evaluate în cele mai variate tonalități, de la ignorare până la acordarea titlului de fondator. Unele istorii nu îl menționează (cum, uneori, nu este menționată deloc întreaga Şcoală de la Chicago). W. Schramm (1997) îl prezintă la categoria „precursorii întemeietorilor". Există cel puțin doi autori – P. Jean Frazier şi C. Graziano – care îl consideră fondatorul studiului sociologic al comunicării de masă şi al opiniei publice şi primul teoretician al procesului de comunicare (Frazier, Graziano, 1979).

Într-un capitol dedicat în întregime Şcolii de la Chicago, D. Czitrom (1982) conferă reprezentanților acesteia paternitatea în ceea ce priveşte studiul mijloacelor moderne de comunicare şi al comunicării moderne ca un nou câmp de investigație. Dar, continuă Czitrom, analiza inițiată de aceştia era mai mult o speculație cu privire la modul în care media ar putea să îmbunătățească societatea americană decât un studiu propriu-zis al modului în care mass media s-au dezvoltat şi operează în societate (Czitrom, 1982, p. 83). Mai ales în ceea ce îl priveşte pe Park, această apreciere poate fi susținută cu greu. Contraargumentul cel mai la îndemână îl constituie lucrarea *The Immigrant Press and Its Control* (1922), o monografie impresionantă despre presa imigranților la început de secol, o colecție de date care cu greu pot fi considerate „simplă

speculație". Park inițiază analize pătrunzătoare ale opiniei publice, propune definiții ale ştirilor, corelează aceste două subiecte, operează delimitări între public şi masă, propune definiții ale comunicării şi vorbeşte despre funcțiile acesteia, chiar despre funcția de divertisment, analizată pe larg de C. Wright (1960), sesizează rolul tehnologiilor, propune meditații interesante cu privire la legătura dintre schimbările la nivel de civilizație şi schimbările mijloacelor de transport şi comunicare (Park, 1940c, p. 310). Anticipează teorii răsunătoare de mai târziu, cum ar fi fluxul comunicării în doi paşi, *gatekeeping*, *agenda-setting*, criteriile care conferă valoare de ştire (engl. *newsworthiness*), modelul co-orientării (Newcomb), etc.

Referindu-se la contribuțiile pe care le înscrie lucrarea *The Immigrant Press and Its Control*, Rogers (1994, p. 196) le sintetizează sub forma unor întrebări de o mare relevanță:

- cum influențează conținutul media opinia publică? (astăzi, aceasta este numită agenda-setting);
- cum sunt mass media influențate de opinia publică?
- pot mass media să prilejuiască schimbarea socială?
- care este legătura dintre rețelele interpersonale şi mass media?

În 1918, cu ocazia Conferinței pentru Asistență Socială, Park semnalează că există o discrepanță între cel care scrie despre psihologia publicității şi cel care lucrează efectiv în publicitate. „Primul, cuprins de entuziasm, mirat de unele fenomene pe care nu le poate înțelege, exagerează măsura în care publicul este manipulat prin intermediul presei, prin mişcări agitatorice şi prin alte forme de publicitate. Celălalt nu îşi poate permite să aibă o concepție atât de idilică asupra rezultatelor sale, autorul unui mesaj publicitar nu este nici sofist, nici vrăjitor" (Park, 1922, p. 424). Park lansează idei cu privire la puterea şi funcțiile presei de o excepțională prospețime, cum ar fi aceea că puterea presei înseamnă influența pe care ziarele o exercită asupra formării opiniei publice şi asupra mobilizării în vederea acțiunii (Park, 1941b, p. 115).

La Universitatea din Michigan, unde îşi completează studiile universitare, Park îl are ca profesor pe Dewey. La sfârşitul secolului, lucrează timp de 11 ani ca reporter pentru diverse cotidiane (în Minneapolis, Detroit, Denver, New York, Chicago). După experiența ca jurnalist, care îi imprimă scrisului un stil vioi, pigmentat cu fraze memorabile, de genul „cultura reprezintă tot ceea ce poate fi comunicat", sau „Hearst a fost un mare agent al americanizării", urmează masteratul la Harvard, unde studiază cu William James. După care pleacă în Germania, unde obține doctoratul în filosofie la Universitatea Heildelberg. În timpul studiilor din Germania, Park studiază direct sub îndrumarea lui G. Simmel. Întors în Statele Unite, este, pentru scurt timp, asistent la Harvard, devine secretar al organizației „Congo Reform Association",

preocupată de atrocitățile comise de armata belgiană în Africa, se împrieteneşte cu liderul de atunci al americanilor de culoare, Booker T. Washington, devine un fel de consilier al acestuia. În 1914, la 50 de ani, la 10 ani după ce obținuse titlul de doctor, se întoarce în viața academică. Contribuie la crearea şi consolidarea Departamentului de Sociologie al Universității din Chicago, al cărui şef (în sens administrativ, dar şi de lider intelectual) va fi în perioada de glorie a acestui departament, între 1915 şi 1935. Către sfârşitul carierei, predă la Fisk University din Nashville, Tennessee.

Public şi mulțime

În perioada în care Park îşi elaborează lucrarea de doctorat, psihologia mulțimilor exercita un tip de seducție asupra cercetătorilor, deoarece comportamentul în interiorul mulțimii reprezenta o serioasă provocare la adresa teoriilor cu privire la om ca ființă rațională. Împreună cu alți autori ai epocii interesați de psihologia mulțimii, Park se îndepărtează de perspectiva clasică de până atunci şi îmbrățişează abordarea care se raportează la ființa umană ca ființă rațională, pragmatică, reflexivă, capabilă să-şi înfrâneze impulsurile în numele rațiunii, preocupată de relația scopuri – mijloace. Lucrarea de doctorat, *Masse und Publikum*, tradusă în engleză sub titlul *The Crowd and the Public*, tratează un subiect foarte la modă: procesele migratorii ale unor mari mase de oameni din mediul rural spre cel urban şi caracteristicile acestor grupări mari, dar efemere, de oameni, care nu mai beneficiază de legăturile existente în cadrul grupurilor primare (în continuare, vom face referire la ediția din 1972, *The Crowd and the Public and Other Essays*). În sociologia momentului, se accepta ideea că procesele migratorii amintite conduc la formarea unor mulțimi. Park postulează două alternative la societatea tradițională: mulțimea şi publicul. Ambele forme de organizare colectivă reprezintă mecanisme sociale de adaptare şi de schimbare. Ele nu reprezintă grupuri organizate din punct de vedere formal, ci „faze preliminare" în procesul de formare a grupului, perioade tranzitorii de-a lungul cărora indivizii se eliberează de vechile legături pentru a crea altele noi; ambelor le lipseşte conştiința de sine că sunt grupuri (Park, 1972, p. 78).

În momentul în care vorbeşte despre mulțime, Park precizează că aceasta nu reprezintă nici pe departe o hoardă care hălăduieşte; ceea ce caracterizează mulțimea este atenția comună generată de un eveniment important, de un fenomen (de exemplu, un mare număr de oameni care se opresc pentru a asista la o defilare). Atenția colectivă este un proces sociologic şi diferă de suma proceselor psihologice individuale, iar efectul este mai mult rezultatul interacțiunii decât al imitației (Park, 1972, p. 46). Atenția colectivă ilustrează o poziție vizavi de ceva ce se întâmplă

în mediul înconjurător. În vremurile de mare efervescenţă socială, atenţia colectivă se amplifică. Mulţimea nu reuşeşte să se formeze în perioade de stabilitate socială, atunci când obiceiurile şi tradiţiile sunt bine înrădăcinate; dar, în momentul în care legăturile sociale se relaxează, iar instituţiile sunt slăbite, ne putem aştepta la mişcări colective puternice.

Formarea mulţimii presupune un proces prin care indivizii, fără să fie conştienţi de aceasta, deci fără premeditare, se alătură unii altora „ca într-un întreg". Prin interacţiune reciprocă între membrii mulţimii, se ajunge la dorinţă comună, care inhibă impulsurile şi interesele pur individuale şi conferă unitate. Spre deosebire de mulţime, care inhibă impulsurile şi interesele individuale, publicul constituie un prilej tocmai pentru articularea, cristalizarea acestora. Comportamentul publicului îşi găseşte modalitate de expresie prin intermediul opiniei publice, care rezultă în urma discuţiei între indivizi împărtăşind poziţii diferite. Interesant este că Park avertizează asupra greşelii de a considera că opinia publică este acceptabilă pentru fiecare membru în parte al publicului şi în aceeaşi măsură pentru toţi (Park, 1972, p. 59). Opinia publică este mai degrabă o opinie sau o atitudine care este exterioară individului şi care este privită ca având o existenţă obiectivă. Pornind de la observaţia că orice lucru are două dimensiuni: *existenţa propriu-zisă* (înţelesul unui lucru care este identic pentru toţi membrii grupului şi acceptat de toţi membrii grupului) şi *valoarea* (diferită, divergentă), Park subliniază că divergenţa în ceea ce priveşte valoarea unui lucru iese la suprafaţă pe măsură ce se formează publicul, în timp ce, în cadrul mulţimii, cele două dimensiuni coincid.

O precondiţie pentru existenţa publicului o constituie existenţa unor norme abstracte (ceea ce sugerează ideea implicită că o abordare strict interacţionistă a publicului prezintă anumite puncte vulnerabile). Odată acceptate, normele abstracte funcţionează ca o nouă forţă în viaţa colectivă, iar această forţă este activă în interiorul publicului, dar nu în cel al mulţimii. Publicul încearcă să judece şi să direcţioneze evaluările individuale dintr-o perspectivă supra-individuală, dar nu se ajunge niciodată, în totalitate, la o astfel de perspectivă. Ceea ce lipseşte este acceptarea opiniei publice drept lege, drept normă: „opinia publică nu este acceptată drept normă de către membrii publicului" (Park, 1972, p. 62).

Participarea în mulţime necesită doar „capacitatea de simţire şi de empatie" (Park, 1972, p. 80); există alegere şi selecţie, dar acestea sunt aspecte psihologice pure, de care individul nici nu este conştient; în interiorul mulţimii există şi control, dar numai ca un fenomen psihologic; individul resimte voinţa colectivă ca fiind propria sa trăire. Apartenenţa la public presupune din partea individului abilitatea de a gândi şi de a raţiona împreună cu alţi membri. Pentru a fi membru al publicului,

individul nu trebuie să respecte norme procedurale, ci doar pe cele ale logicii. În interiorul publicului, sunt exprimate critici, opiniile sunt divizate, iar atunci când publicul încetează de a mai fi critic, se dizolvă sau se transformă în mulțime.

Demersul lui Park prezintă unele neclarități, proprii fiecărui început. În legătură cu studiile sale în acest domeniu s-a spus că stau sub prea mult sub influența ideilor lui Tarde, deşi autorul american nu a mărturisit această filiație. Este adevărat că şi conceptele discutate sunt complicate; ele vor fi reluate pe măsură ce studiul comunicării, mai ales în latura sa aplicată, va progresa. Meritul sociologiei americane este că încearcă o analiză comparativă a celor două concepte, că identifică elemente şi trăsături caracteristice, care vor fi preluate şi topite în corpul noțional al disciplinei. Dinamica publicului, diferențierile care intervin în cadrul său, scindarea publicului, atenția ca proces care coagulează mulțimea sunt achiziții care vor fi recunoscute de evoluția de mai târziu a disciplinei.

Funcțiile presei

„Am studiat filosofia", mărturiseşte Park într-o notă autobiografică, „deoarece am sperat să dobândesc o înțelegere de profunzime a naturii şi funcțiilor acelei forme de cunoaştere cunoscute sub denumirea de ştiri. În plus, am vrut să dobândesc o perspectivă din care să pot descrie comportamentul societății, sub influența ştirilor, în limbajul exact şi universal al ştiinței" (în F.H. Matthews, 1977, p. 31). În mod cert, speranța nutrită de autor s-a împlinit. Este vorba despre o perspectivă care rezistă examenului timpului, surprinzătoare în unele puncte prin prospețime şi actualitate. Cum am spus, Park anticipează multe dintre ideile care au devenit, ulterior, aproape clişee în teoria comunicării de masă. Dar, după cum vom încerca să arătăm, semnificația contribuției nu trebuie înțeleasă doar în termeni de întâietate (de altfel, de puține ori cunoscută sau recunoscută), ci şi în substanța şi creativitatea abordărilor. Interesul pentru ştiri va fi de lungă durată, stimulat de constatarea faptului că „epoca noastră este, se pare, una a ştirilor, iar unul dintre cele mai semnificative evenimente în civilizația americană a fost apariția reporterului" (Park, 1940b). Ideile generale în jurul cărora îşi organizează Park teoria cu privire la ştiri sunt următoarele: ştirile reprezintă un mecanism de adaptare, de orientare a indivizilor şi a societății către şi în lumea reală; ştirile facilitează interacțiunea socială pe scară largă, iar produsul acestei interacțiuni îl reprezintă opinia publică.

Prima lucrare în care Park conturează ideile cu privire la ştiri este *The Immigrant Press and Its Control* (1922). Analiza presei imigranților se corelează cu perspectiva asupra comunicării, ca modalitate de a ajunge la o înțelegere comună, de a modela noi identități şi instituții. Exista şi o

preocupare suplimentară, născută de contextul primului război mondial. Se punea întrebarea dacă presa, mai ales cea a emigranților germani, a susținut punctul de vedere american pe perioada participării la conflict sau punctul de vedere al „inamicului"; cu alte cuvinte, presa imigranților reprezenta o modalitate de asimilare, sau, dimpotrivă, de accentuare a diferențelor?

În ceea ce privește problema asimilării sau a divizării, concluzia lui Park este clară: presa imigranților exercită o putere asupra cititorilor săi care cu greu poate fi egalată de cea a jurnalelor mai pretențioase. Ca urmare a condițiilor în care a apărut şi în care trebuie să supraviețuiască, acest tip de presă mai degrabă ajută integrarea în comunitatea americană decât îndepărtarea, menținerea distanței față de aceasta.

Pentru a-şi menține tirajul, pentru a satisface nevoia cititorilor de a cunoaşte evenimente, obiceiuri şi idei americane, presa este obligată să tipărească ştiri referitoare la mediul american, devine o modalitate de a traduce şi de a transmite cititorului imigrant informații despre modul de viață american, despre idealurile americane. Fie că editorii doresc sau nu acest lucru, presa imigranților facilitează adaptarea, integrarea în mediul american (Park, 1922, pp. 79-88). Dezvoltarea presei imigranților ca instrument de asimilare a avut loc nu doar sub presiunea tirajului, ci şi sub presiunea războiului. Războiul a reprezentat prima încercare serioasă şi pentru acest tip de presă. Ea a fost cuprinsă, în egală măsură, de preocuparea recentă, anume ca propaganda, îndreptată atât asupra armatelor, cât şi a populației din spatele frontului să fie recunoscută ca parte a strategiei de război. După opinia lui Park, propaganda, în sensul de exploatare insistentă a surselor de disensiune şi de conflict, „a schimbat caracterul războiului, la fel de profund precum descoperirea şi utilizarea prafului de puşcă" (Park, 1922, p. 412).

În concepția lui Park, asimilarea presupune schimb, punere în comun, împărtăşirea elementelor culturale. Odată cu analiza unei probleme precise, Park descoperă una dintre funcțiile ziarului modern: cea de socializare, de transmitere a tradiției culturale, cea de agent de integrare. În anii '40, Lasswell a formulat cele trei funcții ale presei: de supraveghere a mediului, de corelare, interpretare a evenimentelor şi de plasare a lor în contexte familiare, semnificative şi cea de socializare, de transmitere a moştenirii culturale de la o generație la alta (Lasswell, 1948). Park face trimitere la această a treia funcție cu mult înainte; în plus, formularea este lansată pe baza unei colecții impresionante de date. Interesant este că şi celelalte funcții îşi găsesc locul în abordările lui Park, una chiar în *Immigrant Press and Its Control*. Ziarul este înzestrat cu funcția de a monitoriza în permanență ceea ce se întâmplă în mediul înconjurător, orientând indivizii între ei şi către lumea reală. Este o funcție la care Park va face referire în mai multe rânduri, în *News as a*

Form of Knowledge (1940), în *Morale and the News* (1941), *News and the Power of the Press* (1941). Cât priveşte funcţia de interpretare, Park semnalează atât rolul reporterului, de a culege şi de a interpreta ştirile (*Natural History of Newspaper*, 1923), cât şi, la un nivel mai general, rolul din ce în ce mai pregnant al ziarului în interpretarea vieţii, rol jucat în mod tradiţional de cuvântul bisericesc (*Physics and Society*, 1940)[*].

Park vorbeşte şi despre funcţia de divertisment a presei. Mai ales în Statele Unite, un conţinut care să îndeplinească această funcţie reprezenta singurul în măsură să pătrundă în presa de limbă engleză adresată imigranţilor, deoarece putea fi prezentat schematic, într-un vocabular simplu şi însoţit de imagini care să arunce o cât de mică lumină asupra celor relatate. Fără a se afla în posesia unei cunoaşteri nuanţate a limbii engleze, uneori fără cunoştinţe de nici un fel, imigranţii nu ar fi putut urmări în nici un caz analizele formulate într-un limbaj pretenţios ale vechilor tipuri de ziare. Marii oameni de presă ai momentului, Hearst, Pulitzer, şi-au clădit afacerile, constată Park, pornind de la noile realităţi demografice ale Statelor Unite, cât şi de la premisa că „ziarul nu îndeplineşte funcţia principală de a instrui, ci aceea de a distra, omul obişnuit caută mai degrabă amuzamentul, divertismentul, decât edificarea" (Park, 1923). Observaţie pe care o va exprima din nou câţiva ani mai târziu, de data aceasta formulând-o în termeni de influenţă: „s-a crezut că influenţa presei poate fi identificată doar în domeniul opiniei şi al politicii. Odată cu cinematograful şi cu popularitatea povestirilor din ziare şi din alte publicaţii, ajungem să ne gîndim la influenţa mult mai profundă şi subtilă a divertismentului asupra instituţiilor şi relaţiilor umane în general" (Park, 1940a, p. 114).

Oamenii nu citesc un ziar cu care sunt în dezacord

Din moment ce, în jurnalismul modern, ştirile ocupă poziţia centrală, Park simte nevoia să studieze acest fenomen al modernităţii mai în profunzime.

Într-un capitol cu un titlu sugestiv, *The survival of the fittest*, din lucrarea *The Immigrant Press and Its Control* (1922), Park se concentrează pe procesul de selecţie a ştirilor. Telegraful şi telefonul au transformat lumea întreagă într-o „vastă galerie a şoaptelor" (p. 328); prin urmare, nu există limită în ceea ce priveşte materialele care să intre într-un ziar. În acest fel, problema de editare devine, în principal, o problemă de selecţie: „dintre toate evenimentele care au loc şi sunt înregistrate

[*] Principalele articole ale lui R.E. Park la care vom face referire în continuare au fost reunite în lucrarea Park, R..E. (1955). *Society. Collective Behavior. News and Opinion. Sociology and Modern Society*. Glencoe, Ill.: The Free Press. Pentru a indica apariţia lor în timp, importantă pentru stabilirea paternităţii unor idei, am făcut referiri bibliografice la articolele propriu-zise (ex. Park, *News as a Form of Knowledge*, 1940b), dar pagina corespunde ediţiei din 1955.

zilnic de către corespondenți, reporteri, agenții de ştiri, editorul alege spre publicare anumite aspecte care i se par mai importante sau mai interesante; restul este dat uitării sau este condamnat să ajungă la coşul de gunoi. Există o cantitate enormă de ştiri care sunt omorâte în fiecare zi" (Park, 1922, p. 328).

Din afirmația de mai sus s-ar putea trage concluzia că Park înzestrează editorul cu putere de viață şi de moarte asupra ştirilor. Autorul relevă o altă dimensiune, la fel de importantă, cea a criteriului de actualitate şi de interes al ştirii, de care trebuie să țină cont editorul. Judecând lucrurile din această perspectivă, devine evident că, atunci când selectează materialele, editorul nu este atât de liber şi de arbitrar precum s-ar putea crede. El alege acele materiale despre care ştie că sunt de interes pentru public. În felul acesta, publicul exercită un control asupra conținutului şi formei în care este prezentat ziarul, control care, pe termen lung, este considerabil. Nu este suficient ca un ziar să fie tipărit, el trebuie să circule, motiv pentru care selecțiile nu sunt arbitrare, nu pot contrazice dorințele publicului: „ziarul care încearcă să propage opinii neîmpărtăşite de majoritatea celor care îi compun audiența nu poate trăi, nici măcar dacă este subvenționat. Nu este suficient ca un ziar să fie tipărit, el trebuie să circule; un ziar care nu circulă nu este de fapt ziar, indiferent cât de des este tipărit. Oamenii nu citesc un ziar cu care sunt în permanent dezacord. Pe termen lung, ziarul mai curând exprimă decât creează opinia publică" (Park, 1922, p. 466). Insistența asupra ideii că ziarul care încetează de a mai fi citit nu mai exercită nici o influență asupra comunității îi permite lui Park să ajungă la o modalitate, pe care o recunoaşte drept rudimentară, de a măsura puterea presei: „Puterea presei poate fi măsurată, chiar dacă rudimentar, prin numărul de oameni care o citesc" (Park, 1923, p. 90).

Reacția tipică a unei persoane la întâlnirea cu o ştire este de a vorbi despre ea, de a o repeta altcuiva. Deci ştirile reprezintă o condiție esențială pentru discuții, determină ce probleme vor fi discutate, focalizează atenția cititorului şi electrizează discuțiile. În momentul în care a fost declanşată discuția, evenimentul despre care se discută încetează de a mai fi ştire, interpretările evenimentului diferă, discuția se îndepărtează de la ştirea ca atare şi se îndreaptă spre probleme/teme asociate, prilejuite de ştirea respectivă, dar cu un alt grad de generalitate. În urma ciocnirilor dintre diverse opinii şi sentimente, se ajunge la opinie colectivă, la opinie publică. Deci, „opinia publică se hrăneşte din interpretarea evenimentelor, adică, a ştirilor" (Park, 1940b, p. 79).

Legătura cu evenimentul este indispensabilă şi reprezintă singura modalitate prin care presa poate continua să aibă un rol în direcționarea opiniei publice. Este vorba de legătura cu evenimentul atât la nivelul ştirilor propriu-zise, a relatărilor care nu pot merge în contra evenimentului, cît şi la nivelul intepretării faptelor respective. Atâta

vreme cât editorialistul şi pagina editorială îşi menţin legătura cu evenimentele prezentate prin intermediul ştirilor, atunci ştirile şi interpretările exercită o influenţă considerabilă asupra mişcărilor înregistrate de opinia publică. Dacă interpretarea oferită prin editorial capătă caracter doctrinar, influenţa acestuia se diminuează, chiar dacă nu încetează în totalitate (Park, 1941b).

Înainte de apariţia ziarului modern, creat în condiţiile marilor aglomerări urbane şi ale emigrărilor masive din Europa, cei care vorbeau despre „puterea presei" se refereau la editorialist şi la editorial, nu la reporter şi la ştiri. Iar acest tip de raportare persistă, chiar dacă avem de-a face cu o realitate mult schimbată: „când ne referim la libertatea presei, avem în vedere, în continuare, libertatea de opinie, iar libertatea de a investiga şi de a publica evenimente, fapte, activitatea reporterului, pe baza căreia iau naştere opiniile relevante pentru un anumit context sunt de multe ori considerate o încălcare a dreptului la viaţă privată. Libertatea presei pentru care Milton a scris *Areopagitica* este libertatea de a exprima o opinie" (Park, 1923, p. 187). Presa are nevoie, precizează Park, de un „nou Milton", care să susţină nu libertatea de opinie, care este deja câştigată, ci dreptul de a culege informaţii, de a investiga şi publica evenimente, fapte – singurele în măsură să întemeieze opinii. Înainte, în perioada ziarelor de partid, puterea presei însemna capacitatea editorului de a crea un partid şi de a-l conduce. Odată cu expansiunea oraşelor, presa de partid a evoluat treptat către o presă mai independentă. În felul acesta, a luat naştere o nouă putere politică, dar nu întruchipată de editorialist şi de editorialul său, ci de ştiri şi de reporter.

Ştirile ca formă de cunoaştere

Interesul lui Park pentru ştiri se va dovedi de lungă durată, mai ales interesul pentru intepretarea ştirilor într-o viziune modernă, care să ţină cont de nevoile de orientare şi de cunoaştere ale individului şi ale societăţii. De altfel, o lucrare din 1940 se intitulează chiar astfel „Ştirile ca formă de cunoaştere" (Park, 1940b).

Pentru a ajunge la ceea ce s-ar putea numi o „anatomie a ştirilor", Park porneşte de la distincţia operată de W. James între două forme de cunoaştere:

a) întâlnirea cu (engl. *acquaintance with*) şi
b) cunoaşterea a (engl. *knowledge about*).

Prima reprezintă o formă de cunoaştere care se acumulează inevitabil de-a lungul existenţei unei persoane, ca urmare a contactului direct cu lumea înconjurătoare. Prin urmare, este o cunoaştere intuitivă şi instinctivă. „Cunoaşterea a", cunoaşterea ştiinţifică, nu se acumulează pur şi simplu, este riguroasă, raţională, sistematică, atinge un anumit nivel de precizie prin faptul că înlocuieşte realitatea concretă cu idei, obiectele cu

cuvinte. Este rezultatul investigației sistematice a lumii. Exactitatea şi validitatea celor două forme de cunoaştere menționate nu pot fi delimitate exact, o dată pentru totdeauna, ci este vorba mai degrabă de o axă de-a lungul căreia pot fi plasate diferitele modalități de manifestate ale fiecăreia. Pe această axă, ştirile ocupă o poziție anume: nu reprezintă în totalitate cunoaştere acumulată la întâmplare; ele se apropie de cunoaşterea din ştiințele naturii şi din istorie, ambele preocupate de evenimente.

Ştirile se focalizează pe evenimente izolate, nu caută să stabilească legături între acestea. Istoria descrie evenimentele şi, simultan, caută să le plaseze în contextul potrivit, să le găsească locul în succesiunea istorică, să descopere tendințele şi forțele de adâncime care îşi găsesc expresia în respectivele evenimente. Reporterul îşi propune doar să înregistreze evenimentul pe măsură ce acesta are loc, este interesat de trecut şi de viitor doar în măsura în care acestea aduc o notă lămuritoare asupra a ceea ce se întâmplă în prezent. Relația evenimentului cu trecutul prezintă interes pentru istoric, relația cu viitorul interesează politologul, sociologul. Ştirile se ocupă de prezent; de aceea, ele reprezintă o marfă perisabilă, îşi păstrează caracterul de ştire doar până ajung la publicului pentru care sunt de interes. Deci, ştirile sunt efemere, trecătoare. O dată publicate, o dată semnificația lor înțeleasă, devin istorie.

Scopul principal al ştirilor nu este atât de a informa, cât de a orienta publicul, de a-i atrage atenția cu privire la ce se întîmplă, fără ca reporterul să depună efort pentru a intepreta evenimentele, cu excepția situației în care vrea să le facă inteligibile şi mai interesante.

Ştirile sunt mai cu seamă preocupate de ceea ce este neobişnuit şi neaşteptat, de orice constituie o îndepărtare de rutina vieții zilnice. Dar nu ceea ce este întregime neaşteptat pătrunde în ştiri, ci „neaşteptatul care poate fi înțeles, palpat, adică acele evenimente, într-adevăr bruşte şi decisive, dar pentru care publicului este pregătit, pe care publicul le aşteaptă şi de care se teme” (Park, 1940b, p. 82). Mai mult, nu „importanța intrinsecă” a unui eveniment îl transformă în ştire; importanța, în cazul unui eveniment pe cale de a se transforma în ştire se referă la caracterul suficient de neobişnuit, astfel încât să îl şocheze, să îl amuze, să îl deconcerteze în vreun fel pe cititor, să îl stimuleze să memoreze informațiile şi să le transmită mai departe. Interesul cititorului pentru o ştire sau alta nu poate fi determinat o dată pentru totdeauna, reprezintă o valoare relativă, care trebuie evaluată periodic (de exemplu, un nou eveniment poate să modifice capacitatea de a se transforma în ştire a unuia anterior).

Ştirile şi opinia publică

Într-un articol din 1935 – *Social Planning and Human Nature* –, Park îl citează aprobativ pe Hume, potrivit căruia „fundamentul oricărei guvernări îl reprezintă opinia, ceea ce este valabil atât pentru regimurile cele mai despotice, regimurile militare, cât şi pentru regimurile cele mai libere şi mai democratice". Nu este vorba de simpla manifestare a acordului cu o frază atrăgătoare, ci despre o temă care apare frecvent în lucrările lui Park. Problema prezintă importanță pentru viața politică, pentru problemele de guvernare, deoarece ştirile constituie punctul de plecare al discuțiilor în urma cărora se formează opinia publică.

Observația că ştirile „focalizează atenția cititorilor, electrizează conversațiile zilei" şi stimulează discuțiile între oameni îi permite lui Park să plaseze ştirile în vecinătatea zvonului şi a bârfei (Park, 1923). Iar acest tip de vecinătate este studiat tot în contextul îngrijorării vizavi de saltul de la rețeaua de comunități la „marea societate", de complexitatea de necuprins a societății moderne. „Suntem o națiune de săteni, iar principalele instituții sunt construite după calapodul instituțiilor săteşti!", exclamă Park (Park, 1923, p. 93). Doar cu câțiva ani mai târziu, lui Dewey nu îi va scăpa aceeaşi observație: „am moştenit practicile şi ideile din perioada întâlnirilor în holul primăriei, dar acum trăim şi acționăm într-un stat na țional care se întinde pe un întreg continent (Dewey, 1927, p. 113).

În vechile comunități săteşti, principalele modalități de exercitare a controlului erau reprezentate de bârfă şi de opinie publică; în marea societate, activitatea reporterului de a aduna şi de a intepreta ştirile nu reprezintă decât o extensie a ceea ce comunitatea sătească realiza în mod spontan, prin intermediul bârfei şi al contactelor interpersonale. Numai că nu este vorba de o extensie pur şi simplu, fără probleme, deoarece „ziarul nu poate face pentru o comunitate de 1 milion de locuitori ceea ce satul făcea, în mod spontan, pentru propria existență şi supraviețuire, prin bârfă şi interacțiune față în față" (Park, 1923, p. 94). Numai dacă devine „un jurnal [engl. *diary*] tipărit" al comunității poate ziarul „să ne spună despre noi înşine" şi să recupereze vechile funcții îndeplinite de interacțiunile față în față. Numai în felul acesta opinia publică poate să guverneze, cum a făcut-o şi până acum, fără ca acest lucru să aibă efecte dezastruoase asupra calității şi funcționalității guvernării. În condițiile vieții în marele oraş, arătase Park (*The City: Suggestions for Human Behavior in the Urban Environment*, 1915/1967), votul popular nu are valoare practică. Votantul ştie foarte puțin sau nimic despre persoanele oficiale pentru care votează, ştie foarte puțin sau nimic despre funcțiile pe care ar trebui să le exercite acestea în virtutea calității de cetățean, „este prea ocupat cu altele ca să se mai informeze şi despre condițiile şi trebuințele oraşului în ansamblu" (Park, 1915/1967, p. 34).

Remediul pentru starea actuală a ziarelor, pentru „bolile opiniei publice", cauzate de condițiile modernității: „trebuie să ne îmbunătățim mijloacele de culegere şi înregistrare a faptelor". Ceea ce reprezintă o concluzie foarte asemănătoare cu cea a lui Lippmann, preocupat, şi el, de aceeaşi problemă. La fel ca şi Dewey, Park nu renunță la proiectul *Thought News*, acela de a avea o publicație care să nu înregistreze doar întâmplări triviale, ci să reprezinte „ochii şi urechile" comunității, modalitatea prin care aceasta se orientează în mediu, se cunoaşte pe sine şi este capabilă de acțiune.

Ştirile au în comun cu zvonul şi bârfa capacitatea de a capta atenția, de a transmite individului semnale cu privire la schimbările din mediu, orientându-l în lumea reală şi în raport cu ceilalți. Dar există şi diferențe fundamentale față de bârfă şi de zvon, care plasează puterea ştirilor într-un registru aparte. Ştirea nu circulă pur şi simplu, ea trebuie să fie publicată, ceea ce îi conferă greutatea, autoritatea şi aura unui document public (Park, 1940b, p. 81). Ştirile sunt autentificate prin faptul că au fost supuse examinării critice din partea publicului ale cărui interese le reprezintă. În felul acesta, ştirile orientează atât individul, cât şi societatea în lumea reală şi devin o modalitate prin care societatea se cunoaşte pe sine; în limbaj postmodern, devine transparentă pentru sine.

Pornind de la ştiri, de la impactul lor asupra oamenilor şi comunităților, Park relevă o serie de caracterizări importante ale opiniei publice. „Opinia publică nu este opinia tuturor, nici măcar a majorității persoanelor care compun publicul, nu este niciodată opinia cuiva anume, ci reprezintă tendința generală a publicului în ansamblu ... Ne dăm seama că opinia publică există, chiar dacă nu putem să indicăm nici o persoană din public a cărei opinie particulară, personală, să coincidă exact cu opinia publicului din care face parte. Cu toate acestea, opinia personală a unei persoane care participă la articularea opiniei publice este întotdeauna influențată de opinia celor din jur; din acest punct de vedere, orice opinie este o opinie publică" (Park, 1921/1950, p. 223).

Opinia publică formată pe baza ştirilor reprezintă intepretarea evenimentelor la care ajunge orice individ în concordanță cu propriile interese, prejudecăți, predilecții; o intepretare verificată prin comparația cu intepretarea, vizavi de acelaşi eveniment, pe care şi-au făcut-o ceilalți indivizi cu care a discutat (Park, 1941b, p. 124). Nu este vorba despre o intepretare arbitrară, particulară, ci de una restricționată de „universul discursului", de corpul de tradiții şi înțelesuri comune pe care îl dezvoltă o comunitate: „un fapt capătă înțeles numai într-un astfel de univers de discurs" (Park, 1940b, p. 81).

Care sunt elementele constitutive ale opiniei publice? Opinia publică încorporează întotdeauna elementul de noutate propus de ştire; ştirile declanşează conversațiile, conversațiile duc la formularea

problemelor, iar problemele constituie baza opiniei publice şi a politicii. Opinia publică este întotdeauna practică, politică, relativă la o acțiune concretă, imediată. Opinia publică are extensiune geografică, dar şi direcție şi intensitate; din acest motiv, o minoritate care este convinsă de punctul său de vedere poate influența acțiunea politică într-un mod mai eficient decât ar putea-o face o majoritate care este doar interesată, doar impresionată de un incident trecător, adică o majoritate care este agitată, dar nu convinsă. Idee pe care autorul o exprimă limpede, recunoscând influența clarificatoare exercitată în această privință de către A. Lawrence Lowell (1913): „opinia publică nu reprezintă, în mod strict, opinia unei majorități numerice, părerile individuale au atât valoare numerică, dar şi greutate (Park, 1941b). Cine a citit şi s-a aplecat mai stăruitor asupra „Spiralei tăcerii" ca paradigmă explicativă nu poate să nu recunoască în opera lui Park accente şi judecăți care, mai târziu, vor fi topite într-o ipoteză explicativă de mare răsunet.

3. Comunicarea, o disciplină de intersecție

În încheiere, am dori să insistăm asupra a două idei care ni se par de mare valoare şi de mare actualitate. Este vorba, mai întâi, de statutul comunicării sociale. Este comunicarea un proces social de sine stătător, este un factor structurant, sau, dimpotrivă, este topită în mulțimea proceselor şi activităților sociale, în gesturi şi ritualuri simple sau cu valoare de simbol, în toată materia vieții cotidiene? Dacă acceptăm această ultimă variantă, ne apare limpede că marii întemeietori ai studiului comunicării nu puteau veni decât din domenii conexe studiului comunicării propriu zise. Adâncind analiza fenomenelor psihologice, sociologice, lingvistice ei au dat peste „stratul" comunicațional, peste semnificația comunicațională a proceselor investigate. Lucrurile se intrepătrund aşa de mult, încât, aşa cum remarca şi Wilbur Schramm, comunicarea pare să nu aibă un domeniu exclusiv al său, ea fiind îngemănată cu procesul social în mişcare.

În realitate, comunicarea s-a autonomizat ca proces de sine stătător odată cu dezvoltarea spectaculoasă a mijloacelor de comunicare în masă. De atunci a devenit şi un domeniu de sine stătător de studiu şi cercetare. Această autonomizare a tensionat relațiile cu disciplinele înrudite. Ani de zile, personalitățile din domeniul studiului comunicării au provenit din domenii înrudite (poate că acest lucru ar trebui să declanşeze o dezbatere cu privire la particularitățile procesului de formare a specialiştilor în comunicare). Ani de zile principalele interpretări şi paradigme explicative au fost formulate de către specialiştii din aceste domenii, cum ar fi şi sociologia, care s-au consacrat deopotrivă studiului comunicării.

Chiar dacă s-a autonomizat, comunicarea continuă să împrumute teme, abordări, dezlegări, răspunsuri sau fragmente de răspunsuri din aceste domenii. Comunicarea operaționalizează şi va continua să opereționalizeze descoperiri ivite în „vecinătatea apropiată". Ea apare ca interfață socială a unui întreg mănunchi de discipline socio – umane. Comunicarea nu poate trăi dacă nu se „hrăneşte", dacă nu valorifică multe din cuceririle care apar în domeniul sociologiei, psihologiei, politologiei, lingvisticii etc. Acest statut nu este unul privilegiat. Am putea spune, dimpotrivă. Înaintarea studiului comunicării este nemijlocit legată de repeziciunea, de inteligența cu care „pune la lucru", din propria perspectivă, descoperirile ivite în domeniile înrudite. Dacă va şti să facă acest lucru, comunicarea îşi va păstra prospețimea şi actualitatea demersului său. Dacă nu, riscă să aibă soarta unei discipline la modă, cu o strălucire efemeră. Comunicarea reprezintă un „loc geometric" al multor procese sociale; oricâtă amploare are – şi are – comunicare de masă, majoritatea proceselor comunicaționale sunt „topite" în masa problemelor sociale, trăiesc laolaltă cu acestea. Dacă aceasta este realitatea ontologică, atunci va trebui să recunoaştem că studiul comunicării este o disciplină de intersecție, viitorul ei depinzând de înțelepciunea cu care va şti să se conecteze şi să valorifice în beneficiul propriu şuvoiul de întrebări, de dezlegări care circulă într-o intersecție multidiciplinară.

Am făcut asemenea considerații îndemnați fiind de pilda oferită de reprezentanții Şcolii de la Chicago. Sociologi şi psihologi de formație, aplecați asupra unor probleme sociale presante, ei au descoperit importanța proceselor de comunicare din diferite perspective: a formării comunităților, a modelării personalității individuale, a optimizării fluxurilor de simboluri etc. Sociologi şi psihologi, ei nu au ezitat chiar să plaseze comunicarea în inima proceselor sociale, să facă din propria descoperire o cheie explicativă a multor fenomene cu care era confruntată societatea americană la începutul secolului trecut. Din această perspectivă, putem spune că Şcoala de la Chicago a defrişat un nou domeniu pe care l-a redat studiului sistematic, fixându-i deja mai multe „etaje" . Unul dintre acestea este reprezentat de interacționismul simbolic, cel care sesizează pentru prima dată importanța simbolului în comunicarea interpersonală, cel care propune o nouă paradigmă în câmpul comunicării.

4. Modelul comunicării rituale

Un alt „etaj", despre care vom discuta în continuare este reprezentat de modelul ritual al comunicării. Dewey va discuta despre acesta în efortul de a încerca să identifice modul cum se pot constitui

comunităţile, cum se pot transforma valurile de emigranţi în comunităţi veritabile, cu scopuri comune, cu opţiuni şi valori împărtăşite. Model puţin reţinut şi puţin valorificat în istoria studiului comunicării. Este adevărat că, ulterior, scena comunicării şi a cercetării acesteia a fost ocupată de către modelul tip transmitere, cel care are în vedere trimiterea unui mesaj la distanţă, la cât mai mare distanţă, cu scopul de a informa, de a ţine o situaţie sub control. Noţiuni precum efecte, audienţă, impactul mesajului decurg organic din natura modelului.

Dewey şi ceilalţi reprezentanţi ai Şcolii de la Chicago pun accentul pe cu totul altceva, pe participare, pe comunitate, pe asociere, pe ceea ce au oamenii în comun şi îi ţin laolaltă, pe „deţinerea în comun a unei credinţe". Comunicarea, spune Dewey trebuie să cultive fiinţei umane credinţa că este parte a ceva, căreia îi aparţine; pentru aceasta ea este chemată să pună în joc idei, opţiuni, interpretări invitând membrii comunităţii să compare, să judece, să evalueze. Funcţia presei este să informeze, dar şi să prilejuiască asemenea dezbateri, fără de care nu numai comunitatea, dar şi democraţia sunt de neconceput. Ideea comunicării ca ritual nu este în întregime nouă. Cum am menţionat mai înainte, Şcoala de la Chicago tematizează o serie de preocupări ale gîndirii sociale germane. Iar în filozofia şi sociologia germană acest model fusese configurat chiar dacă nu s-a numit astfel.

În capitolul anterior am vorbit că sociologul german Friedrich Tonnies este reţinut în istoria acestei discipline mai cu seamă pentru perspectiva oferită cu privire la societatea modernă, industrializată, bazată pe relaţii contractuale (*Gesselschaft*), prin comparaţie cu formele de organizare socială mai vechi, predominant agrare, bazate pe obiceiuri şi tradiţii (*Gemeinschaft*). La început, lucrarea a fost primită cu scepticism, fiind citită, în primii 15 ani de la publicare, de un număr restrâns de specialişti. În Prefaţa la ediţia a 8-a (din 1935), Tonnies însuşi mărturiseşte că „pentru un autor deja bătrân este o sursă de satisfacţie să publice din nou, în timpul vieţii, o lucrare care, acum 50 de ani, a fost lansată într-o lume nepregătită pentru a recepta ideile promovate" (Tonnies, 1887/1957, p. 33). În timp, cartea a exercitat o influenţă covârşitoare asupra gândirii sociologice, iar termenii de *Gemeinschaft* şi *Gesselschaft* au fost asimilaţi vocabularului de bază al sociologiei[*].

În viziunea autorului german, *Gemeinschaft* şi *Gesselschaft* reprezintă tipuri ideale, ele nu există în realitate. Societatea medievală, pe de o parte şi societatea capitalistă, pe de alta se apropie cel mai mult de

[*] Mulţi autori preferă să folosească aceşti termeni în germană, deoarece traducerea lor prin "comunitate" şi "societate" nu redă în întregime sensurile avute în vedere de către autor; *Gemeinschaft* înseamnă comunitate, dar şi comuniune, ceea ce este deţinut în comun, ceea ce creează legăturile, în timp ce, pe lângă sensul de societate, *Gesselschaft* îl include şi pe cel de asociere.

aceste tipuri ideale. Există un proces aproape natural de trecere de la *Gemeinschaft* la *Gesselschaft*, dar, precizează Tonnies, trecerea nu este ireversibilă, ea poate fi întreruptă dacă există un set de cauze reale; stoparea, redirecționarea acestui proces nu trebuie să se bazeze, totuşi, pe discursuri şi pe o privire romantică, sentimentală, asupra trecutului.

Nu ştim dacă Dewey a cunoscut opera lui Tonnies. Şi deci nu putem vorbi despre o influență anume, despre o filiație ideatică directă. Ne-am referit la opera autorului german pentru a arăta că abordarea rituală a comunicării a fost sesizată din timp şi, mai ales, pentru a releva încă o idee de sorginte europeană din câmpul comunicării, idee care a fost şi continuă să fie puțin valorificată. Atât cât omeneşte este posibil să prevedem, modelul ritual al comunicării va cunoaşte o puternică revenire. Chiar dacă sensul şi conținutul noțiunii de comunitate se va schimba, nevoia de comunitate nu va dispărea. Am îndrăzni să credem că valorile presupuse de existența comunității vor fi redescoperite. În nici una din ipostazele sale moderne, societatea nu poate exista fără comunicare şi fără înțelegerea particulară pe care Şcoala de la Chicago o conferă acestui proces: nici în cea de dobândire a unei experiențe comune (care presupune dialog), nici în cea de transmitere a zestrei culturale, nici în construirea acordului asupra unor probleme şi opțiuni. Această nouă înțelegere şi nouă lectură a comunicării va deveni de o tot mai mare actualitate.

5. Interacționismul simbolic – produsul cel mai sigur şi mai impunător al pragmatismului

Contribuția Şcolii de la Chicago la articularea teoriei interacționismului simbolic are valoare întemeietoare, consideră G.J. Robinson (1996). După ce acest moment esențial s-a încheiat, putem vorbi, potrivit aceluaşi autor, de cinci momente distincte în evoluția studiului comunicării:

1. perioada în care P. Lazarsfeld şi R.K. Merton îşi desfăşoară cercetările în cadrul Biroului de cercetare socială aplicată de la Universitatea Columbia;
2. anii ’40, când gânditorii marxişti grupați în jurul lui Th. Adorno se stabilesc la New York;
3. perioada în care W. Schramm redefineşte comunicarea în termeni cibernetici;
4. reinterpretarea, în 1960, a interacționismului simbolic, de către H. Blumer;

5. anii ’70, care în studiile despre comunicare a cunoscut prezența abordărilor fenomenologice, a cercetărilor înrudite cu studiile literare, care pun accent pe procesele de interpretare, de construire a înțelesului social.

După cum se poate observa, interacționismul simbolic figurează de două ori într-o istorie a comunicării organizată pe aceste coordonate. Ceea ce vorbeşte de la sine despre importanța noului concept în înțelegerea proceselor de comunicare şi ne îndreptățeşte să insistăm asupra acestei abordări novatoare. După cum relevă Littlejohn (1983, p. 45), „interacționismul simbolic – formulare apărută în interiorul sociologiei – este cea mai cuprinzătoare abordare a rolului comunicării în societate”, dar „nu este de fapt o teorie unitară, ci o perspectivă sau o articulare teoretică sub care pot fi reunite mai multe teorii particulare” *(idem)*.

Autorii care au contribuit la articularea acestei perspective, chiar dacă nu în mod riguros, fără să rostească acest nume şi fără să cristalizeze o metodologie precisă sunt G.H. Mead, J. Dewey, W.I. Thomas, R.E. Park, W. James, C.H. Cooley, F. Znaniecki, J.M. Baldwin, R. Redfield şi L. Wirth. Aceştia nu erau atât de mult preocupați de felul în care comunică oamenii, ci de influența pe care comunicarea o are asupra societății şi indivizilor. Termenul de „interacționism simbolic” a fost lansat de către Herbert Blumer într-un articol apărut în 1937 în cartea *Man and Society*.

Interacționismul simbolic este una dintre principalele perspective asupra comunicării desprinse din trunchiul pragmatic (Meyer, 2001), chiar *„produsul cel mai sigur şi mai impunător al filosofiei pragmatice”* (Morris, 1934). Urmând prezentarea lui Meyer, iată ideile de bază ale interacționismului care permit stabilirea acestei filiații:

- sinele şi mediul social se definesc unul pe altul, îşi dau contur unul altuia prin intermediul comunicării simbolice;
- pentru individ, înțelesul unui obiect derivă din consecințele practice ale acestuia;
- înțelesul reprezintă o problemă de negociere, iar atunci când apar diferențe cu privire la înțeles, se poate ajunge la înțelegere numai dacă se acceptă faptul că înțelesurile diferite au luat naştere în urma unor experiențe diferite ale persoanelor implicate; pe de altă parte, experiențe diferite creează aşteptări diferite, iar înțelegerea aşteptărilor şi a consecințelor anticipate pretinde negociere între participanți;
- înțelesul reprezintă un rezultat al interpretării, iar interpretarea este guvernată de interacțiunea individului cu mediul, interacțiune care are loc într-un anumit loc, într-un anumit moment, cu anumiți actori/participanți; prin urmare, înțelesul nu este static şi universal,

ci este creat (emergent), în unele cazuri, produsul unei negocieri continue (Meyer, 2001, pp. 171-172).

H. Blumer, cel care, după cum am arătat, a lansat şi termenul de interacționism simbolic, sintetizează astfel premisele aflate la baza acestei orientări:

- oamenii acționează asupra lucrurilor pe baza înțelesurilor pe care aceste lucruri le au pentru ei;
- înțelesul lucrurilor este derivat, se naşte în urma interacțiunilor sociale pe care o persoană le are cu celelalte;
- aceste înțelesuri sunt manipulate sau modificate printr-un proces de intepretare (Blumer, 1969/1998, p. 2).

Chiar dacă premisele ar părea de la sine înțelese, subliniază Blumer, cercetarea curentă din psihologie şi sociologie arată contrariul. De exemplu, referitor la prima premisă, psihologii abordează comportamentul uman ca fiind produsul diverşilor factori care acționează asupra ființei umane; deci, accentul este plasat pe comportament şi pe factorii despre care se crede că îl produc: stimuli, atitudini, motive conştiente sau inconştiente, percepția şi cogniția, trăsături ale personalității etc. Sociologii se axează pe poziția socială, probleme de status, norme culturale, valori, presiuni sociale, afilierea de grup. Pentru interacționismul simbolic, poziția centrală este ocupată de înțeles.

A doua premisă contrazice concepția potrivit căreia înțelesul este inerent lucrurilor (poziția tradițională din filosofia medievală); de asemenea, constituie şi o provocare la adresa conceperii înțelesului drept un produs psihologic, expresia unor elemente psihologice date. Dacă aderă la o asemenea perspectivă, cercetătorul caută să explice înțelesul unui lucru izolând elementele psihologice particulare care produc înțelesul (vezi metoda psihologică de a analiza înțelesul unui obiect prin identificarea senzațiilor care compun percepția vizavi de acel obiect). În interacționismul simbolic, înțelesul nu derivă din obiectul ca atare, nici nu ia naştere ca urmare a cristalizării unor elemente psihologice la nivel individual, ci se naşte pe baza unui proces de interacțiune socială între oameni. Înțelesul unui lucru pentru o persoană se dezvoltă pe baza modului în care alte persoane acționează față de respectivul lucru.

În ceea ce priveşte procesul de interpretare, acesta urmează două etape:

a. actorul identifică obiectele care au înțeles pentru el şi, pornind de aici, se declanşează un proces de interacțiune cu sine, un proces de comunicare cu sine.
b. după aceasta, actorul selectează, verifică, suspendă, regrupează, transformă înțelesurile prin prisma unor situații noi în care se găseşte, face un efort de adaptare a înțelesurilor la noi activități pe care le are în vedere (Blumer, 1934, p. 5).

Am prezentat această sinteză care îi aparține lui Blumer pentru a stabili termenii generali în care interacționismul simbolic concepe problemele legate de individ, interacțiune, înțeles. Vom înfățișa, în continuare, principalele aserțiuni ale interacționismului, așa cum au fost ele formulate de către Mead.

6. Charles Horton Cooley: firele comunicării țin societatea împreună

Cuvintele transmit înțelepciunea venită din trecut

C.H. Cooley este, îndeobşte, prezentat în legătură cu Şcoala de la Chicago, deşi nu activează propriu-zis la Universitatea Chicago. Afilierea sa la această şcoală este dublă. Este vorba mai întâi de o înrudire de idei şi preocupări care îl aşează alături de Dewey, de Mead şi Park. Pe de altă parte, se cuvine menționat faptul că Universitatea Michigan din Ann Arbor, unde Cooley va activa toată viața, este locul de unde vor pleca Dewey şi Mead spre Chicago. Cooley chiar îl are ca profesor pe Dewey la Ann Arbor şi va incorpora unele dintre ideile acestuia în propria teorie cu privire la rolul comunicării în menținerea societății. De aceea, unii autori vorbesc de o contribuție indirectă, dar importantă a Universității de la Ann Arbor la formarea Şcolii de la Chicago, întrucât trei membri principali ai săi au activat şi s-au format aici. Chiar dacă nu a trăit la Chicago, prin idei şi preocupări Cooley se integrează acestui curent de gândire. Discipol al lui Dewey, Cooley evoluează în ceea ce priveşte temele comunicării pe făgaşul trasat de magistrul său. Cel puțin în prima perioadă a activității sale.

Interesul lui Cooley pentru problemele de comunicare şi rolul acesteia în societate poate fi detectat încă din teza de doctorat, susținută în 1894, la Universitatea Michigan. Chiar dacă se focalizează pe probleme legate de transport şi de transmitere (teza se intitulează *The Theory of Transportation*), Cooley interpretează comunicarea într-o viziune mai amplă: „comunicarea ideilor, a mărfurilor, de la un moment la altul şi dintr-un punct într-altul ... creează firele care țin societatea laolaltă". Societatea ia naştere în urma întâlnirii dintre oameni, iar întâlnirea dintre oameni reprezintă o problemă de comunicare; de aceea, istoria comunicării stă la baza istoriei în general (în Czitrom, 1982, p. 27).

Comunicarea va fi abordată într-o manieră sistematică în lucrarea *Social organization. A study of the larger mind*. „Prin comunicare înțelegem mecanismul prin care se formează şi se dezvoltă relațiile umane – toate simbolurile judecății (mind), împreună cu mijloacele de a le transmite în spațiu şi de a le conserva în timp. Comunicarea include expresia feței, atitudinile, gesturile, inflexiunile vocii, cuvintele, scrisul,

tiparul, căile ferate, telegraful, telefonul şi orice altă victorie în lupta pentru cucerirea spațiului şi a timpului" (Cooley, 1909/1929, p. 61). În absența comunicării, nu se poate vorbi de o natură umană autentică, ci de una imprecisă, care nu e nici în întregime umană, dar nici animală. Prin comunicare, ființa umană atinge o fază superioară de dezvoltare, „expresiile feței şi conversațiile celor din jur, cărțile, călătoriile, arta stimulează gândirea şi sentimentul, le ghidează spre anumite direcții, oferă stimulul şi cadrul pentru toată creşterea noastră ulterioară (1909/1929, p. 62). Comunicarea reprezintă „structura exterioară, vizibilă, a gândirii" (1909/1929, p. 64), atât cauză, cât şi efect al vieții interioare a omului. Simbolurile, tradițiile, instituțiile sunt proiectate de judecată, dar, exact în momentul în care sunt proiectate, precum şi după aceea, acționează, la rândul lor, asupra judecății, o controlează, o stimulează, o dezvoltă, fixează anumite gânduri în defavoarea altora ... Din acest motiv, individul nu este membru doar al unei familii, clase, stat, ci al unui ansamblu mai larg, care ajunge până la omul preistoric" (*idem*).

În opera lui Cooley din această perioadă sunt uşor de detectat două noțiuni prin care iese în relief, depăşindu-şi chiar maestrul. Este vorba despre capacitatea cuvântului de a topi în el nu doar experiența unei generații, ci chiar istoria umanității. „Un cuvânt", spune Cooley, „se aseamănă unei bărci care vine înspre noi plutind din trecut, încărcată cu gândurile unor oameni pe care nu i-am văzut niciodată; când înțelegem un cuvânt, pătrundem nu numai în mintea celor contemporani nouă, ci în judecata universală a umanității ... Cuvântul precede ideii, o aprinde – gândirea nu ar exista dacă nu ar exista cuvântul. <<Pe aici>> – ne îndeamnă cuvântul – <<iată un gând interesant, veniți să îl descoperiți>>. În acest fel, ajungem să redescoperim tot ceea ce a fost cunoscut până acum. Cuvinte precum *bine, drept, adevăr, iubire, cămin, dreptate, frumusețe, libertate* modelează lucrurile pe care le simbolizează (Cooley, 1909/1929, p. 69). Fără cuvinte, mintea nu face decât progrese palide şi incerte, este asemenea unui călător aflat fără busolă în mijlocul sălbăticiei, unde nu există cărări sau indicatoare. Echipată cu cuvinte, mintea este asemenea aceluiaşi călător, dar în mijlocul civilizației, unde drumurile bătătorite şi mijloacele rapide de transport sunt gata să îl ducă în orice direcție în care au păşit şi alții. Echipată, deci, cu mijloacele limbajului, judecata se confruntă cu o experiență care este, în mare, anticipată, cartografiată şi interpretată prin prisma înțelepciunii venite din trecut. Individul preia moştenirea sedimentată prin limbaj şi simboluri, moştenire care îi influențează articularea propriei judecăți (Cooley, 1909/1929, pp. 71-72).

În efortul de a lămuri probleme referitoare la comunicare, interacțiune, formarea sinelui, Cooley se numără printre primii sociologi care vor vorbi despre grupul primar, noțiune sociologică fundamentală

pentru a înțelege relațiile de cooperare şi de interdependență dintre oameni. Prin grupuri primare, autorul înțelege „acele grupuri caracterizate de relații de cooperare şi de asociere strânse, față-în-față: familia, prietenii de joacă, vecinii" (Cooley, 1909/1929, p. 23). Atributul de primar are în vedere dimensiunea temporală: grupul primar oferă individului experiența cea mai timpurie şi completă referitoare la realitatea socială; în plus, acest tip de grup este denumit „primar" şi pentru a evidenția faptul că nu se modifică în aceeaşi măsură în care se modifică alte relații sociale mai elaborate, care îi succed. În mare, grupurile caracterizate de interacțiuni față-în-față sunt la fel pretutindeni, iar similitudinea dintre ele constituie baza pentru ideile şi sentimentele comune care caracterizează judecata umană în general.

În interiorul grupului primar ia naştere şi se dezvoltă personalitatea, ceea ce Cooley numeşte „natura umană". Omul nu se naşte înzestrat cu o natură umană, nu o poate dobândi decât prin asociere şi interacțiune. În absența interacțiunii, natura umană decade. Ea nu reprezintă o caracteristică a individului luat în mod separat, iar manifestările sale tipice – afecțiune, vanitate, resentiment – nu pot fi concepute în afara societății (Cooley, 1909/1929, p., 29).

Sinele-oglindă: anticamera interacționismului simbolic

În istoria comunicării, numele lui Cooley va rămâne asociat de un concept fundamental: sinele-oglingă (engl. *looking-glass self*). Termenul este descoperit în efortul de a explica rolul relațiilor interpersonale în formarea personalității; de aceea, el este revendicat, deopotrivă, şi de sociologie. Conceptul ca atare este primul pas important către fundamentarea interacționismului simbolic. Numai o anumită pasivitate a cercetătorilor, asociată poate cu o anumită neînțelegere a conceptului, au făcut ca sinele-oglindă şi perspectivele pe care le deschide pentru descifrarea unor probleme de comunicare, formare şi transmitere a simbolurilor să nu fie suficient valorificate.

În articularea concepției cu privire la sinele-oglindă, autorul porneşte de la ideea că „societatea reprezintă o relație între ideile pe care oamenii le au unii despre alții. Pentru ca societatea să fie posibilă, oamenii trebuie să se întâlnească, să intre în contact în vreun fel. Iar ei se întâlnesc doar prin intermediul ideilor pe care şi le construiesc unii despre alții. Societatea există *în mintea mea* sub forma contactelor şi a influenței reciproce exercitate de idei referitoare la <<mine>>, <<Thomas>>, <<Bridget>> ş.a.m.d. Societatea există în mintea mea ca grup omogen şi la fel există în mințile tuturor celorlalți" (Cooley, 1902/1964, p. 119). De aceea, „ideile/impresiile pe care le avem unii despre alții reprezintă faptele solide ale societății, iar scopul principal al sociologiei este acela de a observa şi interpreta aceste fapte" (1902/1964, p. 121).

Sinele social reprezintă „orice sistem de idei construit prin comunicare, pe care mintea/judecata consideră că îi aparţin". Sinele nu reprezintă o simplă proiecţie a judecăţii. Cu alte cuvinte, nu reprezintă doar reflectarea unei realităţi, a unei idei şi nici nu reprezintă doar expesia propriei judecăţi. Sinele-oglindă este o proiecţie individuală dar nu a propriului sine, ci a ceea ce ne imaginăm că alţii cred. La rândul lor, ceilalţi încorporează în propriul sine ceea ce cred că noi gândim despre ei. Pentru a releva mai bine acest concept, Cooley recurge la comparaţia cu o oglindă (de unde denumirea de sine-oglindă sau sine reflectat): „ne uităm în oglindă şi ne vedem faţa, expresia, îmbrăcămintea; felul în care ne imaginăm că ne percep alţii reprezintă tot un fel de oglindă, în care ne vedem chipul, faptele, comportamentul, scopurile" (1902/1964, p. 184). Sinele încorporează atât modul în care ne imaginăm propria apariţie/reflecţie în „oglinda" reprezentată de celălalt, cât şi modul în care ne imaginăm evaluarea, de către celălalt, a respectivei reflecţii.

Chiar dacă expresivă, metafora oglinzii este, după cum subliniază Cooley, neîncăpătoare, deoarece nu surprinde caracteristica principala a sinelui oglindă: faptul că acesta ia naştere în urma modului în care noi ne *imaginăm* că ne percep ceilalţi. „Suntem mândri sau, dimpotrivă, ne este ruşine de noi înşine ca urmare a efectului pe care ne imaginăm că propriul sine îl exercită asupra celorlalţi" (Cooley, 1902/1964, p. 184). Nu este vorba despre efectul direct al sinelui asupra celorlalţi, ci despre un efect imaginat, pe care ni-l construim cu privire la reflecţia propriului sine în mintea celorlalţi. La rândul lor, ceilalţi încorporează în sinele lor ideile pe care cred că noi le avem despre ei. Acţiunea sinelui asupra celorlalţi şi a celorlalţi asupra sinelui este un proces de interacţiune a ideilor pe care le avem unii despre alţii, interacţiune care are loc în cadrul judecăţii.

Rogers (1994, p. 153) spune că autorul sinelui-oglindă sublinia semnificativ: „*I am what I think you think I am*", formulă care, într-adevăr, surprinde foarte bine esenţa sinelui-oglindă. Concept sugestiv, sinele-oglindă surprinde relaţia complexă implicată de comunicarea interpersonală şi ne oferă un instrument de a înţelege nu numai traiectoria gândurilor şi mesajelor, ci şi a proceselor mai complexe de formare a judecăţilor împărtăşite, a simbolurilor asupra cărora va stărui George Herbert Mead.

Park – o contribuţie ignorată

Deosebit de interesant este faptul că unele dintre conceptele interacţionismului simbolic au fost articulate chiar de Robert E. Park, personalitate centrală a Şcolii de la Chicago, dar care nu este atât de mult legată de orientarea asupra căruia stăruim acum. Încă din 1927, Park subliniază faptul că, spre deosebire de animale, omul trăieşte în propria

imaginație. Prin această imaginație, trăieşte în mintea altor oameni, cu care împarte nu numai obiecte, lucruri, ci şi speranțe şi aspirații.

Societatea umană este caracterizată de faptul că orice act al fiecărui individ tinde să devină un gest; orice face o persoană transmite, în acelaşi timp, o informație despre ceea ce respectiva persoană intenționează să facă. În consecință, „în societate, individul duce o existență mai mult sau mai puțin publică, în care toate actele sale sunt anticipate, verificate, inhibate sau modificate de gesturile şi intențiile semenilor săi" (1927/1955, p. 18). În interiorul acestui proces social, prin care fiecare individ trăieşte mai mult sau mai puțin în mintea celorlalți, natura umană şi individul dobândesc carcateristicile cele mai pregnante.

Spre deosebire de animale, omul are o concepție despre sine; de îndată ce şi-a definit rolul, încearcă să trăiască la înălțimea şi exigențele lui. Întotdeauna, omul are o existență dublă, privată şi publică, încercând să se conformeze modelelor acceptate, să se modeleze în conformitate cu modelele convenționale, acceptate din punct de vedere social. „Rolul la înălțimea căruia vrem să trăim devine sinele nostru autentic (engl. *our truerer self*), sinele care am dori să devenim; această mască devine parte integrantă a personalității noastre" (Park, 1927/1955, p. 19). În momentul în care este controlat din punct de vedere social, comportamentul devine conduită, care este sancționată din punct de vedere moral şi condiționată din punct de vedere subiectiv.

Această subiectivitate înseamnă următoarele:

1. conduita nu poate fi strict descrisă în termeni fiziologici (aşa cum ar vrea să spună behavioriştii riguroşi);
2. în plus, conduita are un caracter social, deci nu poate fi descrisă numai din perspectiva comportamentului individual; din acest motiv, psihologia, în măsura în care se ocupă de persoane şi de personalitate, trebuie să fie psihologie socială.

Cooperarea, interacțiunea sunt importante atât pentru evoluția fiecărui individ în parte, cât şi a societății: „societatea şi judecata au luat naştere nu numai în urma efortului indivizilor de a acționa, ci a efortului de a acționa împreună" (Park, 1927/1955, p. 21).

7. George Herbert Mead - părintele interacționismului simbolic

Neclarităţile unei opere postume

Mead vine la Departamentul de filosofie al Universității din Chicago la invitația lui Dewey, în 1894, şi va rămâne aici până la sfârşitul vieții. Problema cea mai complicată în legătură cu receptarea şi evaluarea influenței sale o reprezintă faptul că nu şi-a sistematizat ideile într-o

singură carte, chiar dacă a publicat lucrări în domeniul psihologiei sociale. Lucrarea sa cea mai frecvent citată este *Mind, Self and Society. From the Standpoint of the Social Behaviorist*, publicată în 1934. Numai că lucrarea nu apare în timpul vieții autorului, ci se bazează pe notele de curs ale studenților la materia Psihologie socială, sursa principală constituind-o două stenograme ale cursurilor ținute în 1927, respectiv, 1930. Ceea ce dă operei sale un caracter „incomplet şi nesatisfăcător" (2003, p.356). Publicarea postumă a acestei cărți, precum şi a altora, nu a rămas fără probleme; există autori, precum Hans Joas, care contestă, într-o oarecare măsură, valabilitatea şi exactitatea materialelor adunate în acest fel, insuficienta precizie şi înregistrare a perspectivei expuse de Mead în timpul cursului (1997). Această particularitate a carierei lui Mead, în discrepanță totală cu bogăția şi noutatea ideilor îi aminteşte autorului citat de o remarcă pe care Heinrich Heine a făcut-o vizavi de compozitorul Hector Berlioz: „nu a avut talent pe măsura geniului".

Faptul că Mead însuşi nu a publicat lucrările sale în timpul vieții a generat interpretări şi puncte de vedere diverse, chiar contradictorii. Un lucru este însă cert: această situație a întârziat receptarea operei sale, recunoaşterea contribuției în domeniul psihologiei sociale, al sociologiei, al filosofiei, istoriei ideilor. De abia către sfârşitul anilor 1930, culegerile de texte considerate de bază din domeniul sociologiei şi al psihologiei sociale includ capitole dedicate lui; după care, interpretarea operei sale începe să fie inegală, chiar deconcertantă: a fost încadrat behaviorismului, fenomenologiei, etnometodologiei, filosofiei analitice, în timp ce, o bună perioadă, legătura cu filosofia pragmatică şi influența germană asupra creației sale au fost ignorate. Cert este că şi Mead poartă o răspundere pentru diversitatea deconcertantă a interpretărilor generate de lucrările sale. Fiecare operă de noutate ştiințifică generează interpretări diferite, este citită şi recitită, descoperită şi redescoperită cu ochii altor vremuri, altor preocupări, altor generații. La Mead avem de-a face cu o operă articulată din cursurile sale. Este limpede că, dacă ar fi apărut în timpul vieții, opera sa ar fi arătat altfel. De aceea, o anumită neclaritate va plana tot timpul asupra contribuției sale.

Renaşterea interesului pentru Dewey şi pentru pragmatismul american a însemnat şi o renaştere a interesului pentru Mead. Mai ales ca urmare a lucrării lui Berger şi Luckmann, *Construction of Social Reality* (1966), Mead a trecut oceanul, fiind citat mai ales în Germania. Interesul în această țară pentru Mead se datorează şi atenției substanțiale pe care i-o acordă Jurgen Habermas în lucrarea *Theory of Communicative Action* (1987). Autorul german consideră chiar că Mead a contribuit, alături de Wittgenstein şi Weber la schimbarea de paradigmă de la „purposive to communicative action"(„de la acțiunea instrumentală la cea comunicativă").

Noutatea de fond pe care o aduce Mead este plasarea comunicării umane în termeni de interacțiuni mediate simbolic. Pentru a înțelege şi surprinde mai nuanțat această perspectivă, se impune să precizăm, fie şi într-o formă sintetică, influențele exercitate asupra lui Mead, pe care acesta le încorporează în propria abordare, le reinterpretează sau le nuanțează. La sfîrşitul secolului al XIX-lea, arată Ch. W. Morris în Introducerea la *Mind, Self and Society* (Mead, 1934/1967), doctrina evoluționistă constituia zona cea mai sigură a cunoaşterii. Una dintre implicațiile acesteia era extinderea abordării evoluționiste de la organismul uman la judecata ca atare, care ia naştere în procesul interacțiunii dintre organism şi mediu. Mead se va concentra exact pe această problemă, explicațiile biologice oferindu-i muniție cu care să atace concepțiile mecaniciste şi să reformuleze problemele de autonomie, libertate, inovație în termeni sociali şi evoluționişti mai degrabă decât mecanici şi individualişti. În lucrările sale, Mead acordă întâietate procesului evoluționist, care ar caracteriza nu numai speciile, ci şi instituțiile şi societățile. În ceea ce priveşte omul, autorul american consideră că evoluția şi-a aflat întruparea maximă în capacitatea unică a ființei umane de a crea şi utiliza simboluri: „ceea ce diferențiază ființa umană în raport cu toate ființele vii este capacitatea de a mânui simboluri, capacitatea de a simboliza" (în Blumer, p. 1969/1998, p. xxx). De asemenea, Mead îşi va exprima acordul cu perspectiva lui Comte, potrivit căreia „trebuie să avansăm de la societate înspre individ şi nu invers".

Mead conferă din nou rațiunii un loc important în legătură cu acțiunea umană, nu unul subordonat intuiției şi credinței. În felul acesta, sociologul american se va îndepărta de Freud şi de LeBon, care puseseră accentul pe elementele iraționale şi non-raționale în determinarea comportamentului uman. Filosofii idealişti, precum Hegel şi Royce (al cărui student a fost Mead) evidențiaseră natura socială a sinelui şi a moralei (morality). Tot în acea perioadă, sociologia şi psihologia socială încep să aspire, de o parte şi de cealaltă a oceanului, la statutul de ştiință. În jurul anului 1900, Tarde şi Baldwin înscriseseră contribuții importante în domeniul psihologiei sociale, Cooley îşi începuse cariera la Universitatea Michigan (unde Mead predase timp de trei ani). Mead împărtăşeşte concepția lui Cooley cu privire la sine, dar consideră că aceasta nu este suficient focalizată pe aspectele sociale. Din ce în ce mai mare atenție era acordată naturii sociale a limbajului, mai ales din partea germană, iar Mead studiase în Germania. Sub influența lui Wundt, gesturile începeau să nu mai fie considerate simple „expresii ale emoțiilor", cum afirmase Darwin, ci erau interpretate în context social.

Nemulțumit de explicațiile de până atunci cu privire la modul în care iau naştere judecata şi sinele, Mead va formula o critică majoră la adresa tuturor abordărilor menționate. În primul rând, acestea pornesc de

la premisa că sinele şi judecata preced actul social. În al doilea rând, chiar dacă există puncte în care autorii de mai sus interpretează judecata şi sinele în context social, nu reuşesc să precizeze exact mecanismul de formare a acestora. Mead îşi propune să arate că judecata şi sinele nu au o existență anterioră societății şi interacțiunii, că iau naştere în context social, iar mecanismul prin care acestea sunt generate îl reprezintă limbajul/vorbirea. Potrivit lui Morris, reuşeşte în ambele planuri, mai cu seamă în ceea ce priveşte limbajul ca mecanism de generare a sinelui şi a judecății (1934/9167, p. xiv).

Troica de concepte a noii orientări

Puține lucruri din cadrul interacționismului simbolic sunt asumate şi scutite de a fi puse sub semnul îndoielii sau al unei interpretări critice. Parcă am avea de-a face cu o ironie a istoriei. Şcoala care a lansat teoria interpretării şi negocierii ca momente centrale ale stabilirii înțelesului, este, la rândul său, supusă unor interpretări dintre cele mai diferite, care merg până la selectarea preferențială a fondatorilor acestui curent. De pildă, Stephen Littlejohn – autor al unei prestigioase lucrări, *Theories of human communication* (1983), în fapt o istorie a studiului comunicării – nu-l menționează pe Cooley printre întemeietorii interacționismului simbolic, în timp de Daniel Czitrom (1982) vorbeşte pe larg despre Cooley, dar nu-l menționează pe Mead. Totuşi, analiza operelor publicate, precum şi o sumară trecere în revistă a referirilor şi studiilor consacrate Şcolii de la Chicago şi interacționismului simbolic îl fixează pe George Herbert Mead drept „cel care a pus în mişcare orientarea" (Littlejohn, 1983, p. 47), iar lucrarea sa, *Mind, Self and Society* drept „Biblie" a interacționismului simbolic. Din motive precumpănitor analitice, dar şi pentru a uşura înțelegerea cititorului, vom încerca o tratare de sine stătătoare a acestor trei concepte – ceea ce s-ar putea numi „troica de concepte" a interacționismului simbolic.

Tradiția Şcolii de la Chicago, relevă Littlejohn, tratează ființele umane ca fiind creatoare, inovatoare, libere să definească fiecare situație în modalități unice şi imprevizibile. Sinele şi societatea sunt văzute ca procese şi nu ca structură. A îngheța acest proces (cu scopul de a-l studia, de a-l cerceta, *n.n.*) ar însemna obturarea posibilității de a surprinde esența relației dintre personalitate şi societate (Littlejohn, 1983, p. 46).

Societatea

La baza societății se află, potrivit lui Mead, cooperarea membrilor săi, fără de care societatea nu s-ar putea menține. Societatea este formată din indivizi care interacționează, iar „interacțiunea reprezintă procesul prin care se formează conduita umană, un cadru în care conduita umană îşi găseşte modalitatea de expresie" (în Blumer, 1969/1998, p. 8).

Cooperarea caracterizează şi anumite organizări din lumea insectelor şi animalelor, dar există o diferență fundamentală între cele două tipuri de cooperare. De pildă, cooperarea în cadrul unui stup de albine este în multe privințe exemplară, dar ea are o determinare biologică. Cu alte cuvinte, comportarea albinelor este înscrisă în echipamentul lor genetic. De aceea, şi comportarea lor este previzibilă, stabilă şi neschimbătoare.

Cooperarea umană presupune înțelegerea intențiilor celuilalt. Cooperarea semnifică, deci, „citirea" acțiunilor celuilalt şi descifrarea, pe această bază, a înțelesului lor, a evoluției lor, a paşilor următori pe care persoana cu care se află în interacțiune intenționează să-i facă. În alți termeni, cooperarea este o suită de răspunsuri alternative, formulate, de o parte şi de alta, după ce actele celuilalt sunt descifrate şi interpretate. Comportamentul se poate schimba în funcție de „mesajul transmis". Nimic nu este prescris ca în lumea animală. Suita de răspunsuri precede şi întemeiază eforturi de adaptare reciprocă. Un act, un gest făcute de către o persoană pot produce o atitudine de reconsiderare, pornind de la interpretarea gestului respectiv. (Îndreptarea gestului arătător către altcineva, încruntarea sunt evaluate de către persoana sau persoanele cu care ne aflăm în interacțiune şi, de cele mai multe ori, generează o reacție de răspuns, de adaptare).

Există, deci, o „conversație a gesturilor", pe care o întâlnim în lumea animală, ca şi în cea socială. În prima, gestul este un semnal, care declanşează răspunsuri previzibile, instinctive (atunci când o cloşcă scoate anumite sunete, puii vin „chemați", un câine care se încordează şi mârâie la un altul va declanşa din partea acestuia o reacție instinctivă). Conversația poate fi cooperantă (ca în interiorul unui stup de albine) sau antagonistă, ca atunci când se bat doi câini. Dar, la acest nivel, răspunsul nu presupune interpretarea gestului, detaşarea înțelesului său. Ființele umane amână un moment răspunsul, pentru a-l putea interpreta şi înțelege. Răspunsul ființei umane are întotdeauna un înțeles pe care îl transmite odată cu gestul ce include înțelesul respectiv. Între oameni, conversația este mai complicată, deoarece, în mod tipic, oamenii îşi semnalează lor înşile înțelesurile propriilor gesturi. Aceste înțelesuri sunt atribuite de către ființa umană, de cele mai multe ori, din perspectiva persoanei cu care ne aflăm în interacțiune, dar şi a altora, absente. În momentul în care înțelesul gesturilor noastre este acelaşi atât pentru noi, cât şi pentru ceilalți, se ajunge la „gestul semnificativ", la „simbolul semnificativ". „*În cazul încăierării dintre doi câini, observatorul înțelege că atitudinea unuia dintre câini înseamnă atac, dar nu poate spune că aceasta reprezintă o hotărâre conştientă din partea câinelui de a ataca. În schimb, dacă cineva ridică pumnul la tine, înțelegi nu numai că are o atitudine ostilă, ci şi că respectiva persoană are şi o idee despre*

aceasta...Atunci când gestul semnifică o idee aflată la baza sa şi stimulează ideea respectivă în celălaltă persoană, avem de-a face cu un simbol semnificativ...în cazul de faţă, un simbol care constituie un răspuns la un înţeles aflat în câmpul de experienţă al primei persoane şi care evocă acelaşi înţeles în cea de-a doua" (Mead, 1934/1967, p. 46).

Astfel, fiinţele umane folosesc simbolurile în activitatea lor. Odată cu gestul, noi transmitem un simbol. Persoana cu care interacţionăm nu ar putea răspunde dacă nu ar putea descifra înţelesul simbolului pe care îl exprimă gestul, actul. Ceea ce interpretează persoana cealaltă este înţelesul asociat gestului respectiv. Dialogul nu ar putea avea loc dacă ambele persoane nu ar conferi acelaşi înţeles unui anumit gest.

Deci, „conversaţia gesturilor" trebuie înţeleasă şi interpretată la două paliere diferite: conversaţia gesturilor şi conversaţia conştientă a gesturilor, numită şi „utilizarea simbolurilor semnificative/relevante" (Mead, 1934/1967, p. 46). Ceea ce Blumer va numi interacţiune non-simbolică şi interacţiune simbolică (1969/1998, p. 2). Prima are loc în momentul în care cineva răspunde în mod direct la acţiunea celuilalt (act reflex), cea de-a doua presupune intepretarea acţiunii celuilalt. În momentul în care o persoană indică, prin intermediul unui gest, ce trebuie să facă o altă persoană, prima persoană este conştientă de înţelesul propriului gest şi ştie că cealaltă persoană conferă acelaşi înţeles gestului pe care ea îl face. „*Gesturile devin simboluri semnificative în momentul în care persoana care a iniţiat gestul aşteaptă de la cea către care a îndreptat gestul respectiv acelaşi răspuns pe care l-ar fi dat dacă ea ar fi fost în locul interlocutorului"* (Mead, 1934/1967, p. 47).

Sinele

Sinele este un concept folosit de întreaga filosofie pragmatică. Preocupat de raportul individului cu societatea, pragmatismul avea nevoie de o întruchipare a acestei interacţiuni care a purtat numele de self. Cooley vorbeşte despre sine şi mărturiseşte influenţa exercitată asupra sa de doctrina lui James (figură de primă mărime a pragmatismului) privitoare la „the social self" şi de concepţia lui Baldwin referitoare la „dialectica devenirii personale" (Czitrom, 1982, 97).

Mead porneşte în acest domeniu de la sinele-oglindă lansat de către Cooley, dar centrează analiza pe modul cum se construieşte sinele, pe relaţia dintre sine şi ceilalţi, sine şi societate, sine şi imaginea sa despre sine însuşi. Cum remarca şi Rogers (1994, 168), Cooley nu oferise totuşi o explicaţie privitoare la modul cum se formează sinele. Nu ne naştem cu un sine – spune Mead – iar sinele nu se dezvoltă instinctiv. El se formează în cadrul unui proces social de interacţiune cu ceilalţi. Sinele nu are o existenţă anterioară pocesului social, aşa cum arătase Wundt, ci existenţa lui trebuie explicată în legătură cu procesul social ca atare, cu

„procesul de comunicare" (Mead, 1934/1967, p. 49). Corpul nu este totuna cu sinele, ci devine înzestrat cu sine în momentul în care şi-a dezvoltat o judecată în contextul experienței sociale (Mead, 1934/1967, p. 50). Într-o formă rudimentară, procesul social este anterior judecății, iar judecata ia naştere în timpul interacțiunii dintre indivizi: „judecata ia naştere în comunicare, prin intermediul conversației gesturilor care are loc în cadrul unui proces sau al unui context social al experienței" (p. 50). Nu comunicarea ia naştere prin intermediul judecății, ci invers, deci nu se poate menține ideea potrivit căreia comunicarea presupune existența judecății: judecata reprezintă un fenomen care ia naştere şi se dezvoltă în procesul de comunicare şi, în general, în procesul social.

Mead subliniază ideea că ființa umană ca organism care acționează nu este un organsim care reacționează pur şi simplu la nivelul non-simbolic. Organizarea la nivel simbolic a răspunsului presupune existența actorului care acționează şi vizavi de sine, adică a acelui actor care se poate vedea pe sine atât ca subiect, cât şi ca obiect. Pentru a putea deveni obiect pentru sine, individul trebuie să păşească în afara sa. În primele faze ale copilăriei, copilul nu este capabil de acest lucru, iar modalitatea cea mai importantă prin care acesta devine capabil de a se considera pe sine ca obiect, prin care copilul învață să adopte perspectiva celorlalți către sine îl reprezintă jocurile („play").

Întemeietorul interacționismului simbolic distinge două faze în formarea sinelui*. În prima, faza de joacă (play stage), copilul joacă rolul unor persoane des întâlnite în mediul său de existență (rolul doctorului, al polițistului, rolul mamei sau al tatălui). Caracteristic pentru această etapă este următorul fapt: copilul percepe într-un anumit fel persoanele pe care le imită, le „defineşte" şi imită o trăsătură dominantă (mama dă mâncare copilului, doctorul face injecție etc.). Copilul este aşa de mult absorbit de jocul său, încât pretinde că este altă persoană, este şi tată şi copilul pe care îl ceartă tatăl, şi doctor şi copilul căruia i se face injecție. În această fază, copilul trece dintr-un rol într-altul după cum îi convine. Aceste roluri sunt secvențiale: într-un moment este persoana care arestează („polițist" deci), în momentul următor este persoana arestată (deci răufăcător).

În etapa jocului (game stage), copilul – tânărul – răspunde simultan regulilor jocului propriu-zis, precum şi cerințelor pe care fiecare dintre coechipieri le are față de el. Desfăşurarea jocului pretinde din partea sa ca în fiecare moment să se transpună în rolurile celorlalți jucători pentru a putea participa la joc. În acest context, Mead utilizează analogia cu jocul de baschet, pe parcursul căruia fiecare jucător trebuie să anticipeze

* Comentatorii operei vorbesc despre o fază preliminară de care însă Mead nu vorbeşte în mod explicit. În această etapă, copilul imită pe ceilalți pur şi simplu, de pildă, ridică un obiect aşa cum îl ridică părinții. În această etapă, copilul nu realizează înțelesul actelor imitate.

mişcările tuturor celorlalţi şi să se adapteze la ele în mod corespunzător. Deci, avem de-a face cu un rol mult mai complex, dominat de reguli, în cadrul căruia comportamentul trebuie să ţină cont, simultan, de rolurile jucate de către toţi ceilalţi. Ceea ce apare nou în această fază (game stage), este apariţia unui „altul" care sintetizează atitudinile tuturor celor implicaţi în acelaşi proces.

Astfel, se face trecerea la altul generalizat (engl. *the generalized other*), „cel mai cunoscut termen lansat de Mead", după aprecierea lui A. Strauss (Mead, 1965, *Introduction*, p. xxvii) dintre cele mai importante concepte lansate de către Mead. Altul generalizat reprezintă un gen de medie a aşteptărilor celorlalţi cu privire la o persoană: „comunitatea sau grupul organizat care conferă unitate sinelui reprezintă altul generalizat" (Mead, 1934/1967, p. 154). Este vorba despre aşteptări aşa cum sunt ele imaginate şi percepute de către persoana în cauză. Într-o primă fază, altul generalizat exprimă media cerinţelor formulate de către persoane concrete faţă de o persoană dată. Cu timpul, altul generalizat se desprinde de persoane fizice concrete, el întruchipând cerinţe ale grupului ca întreg, norme de comportament cu un mare grad de generalitate. În felul acesta, „atitudinea altului generalizat este atitudinea întregii comunităţi" (Mead, 1934/1977, p. 258). Astfel, comunitatea exercită control asupra membrilor săi.

Atitudinea altului generalizat reprezintă atitudinea întregii comunităţi. Pentru a ajunge la un sine autentic, individul trebuie să adopte atitudunile celorlalţi indivizi către sine şi către ei înşişi în timpul procesului social şi să încorporeze cerinţele procesului social în experienţa individuală; în acelaşi fel, individul trebuie să adopte atitudinile celorlalţi vizavi de diversele faze ale acţiunii sociale comune în care sunt implicaţi, ca membri ai unei societăţi organizate sau ai unui grup social: se poate vorbi de o dezvoltare completă a sinelui numai în momentul în care acesta adoptă atitudinile grupului social căruia îi aparţine în vederea participării la activităţile organizate, cooperante, în care este angajat respectivul grup. În prima fază de dezvoltare a sinelui, individul organizează atitudinile indivizilor concreţi cu care participă la actele sociale concrete, atitudini faţă de sine şi a unora faţă de ceilalţi. În a doua fază, individul nu organizează numai atitudinile concrete ale unor persoane concrete, ci atitudinile sociale ale altului generalizat, sau ale grupului social de care aparţine, văzut ca întreg.

Altul generalizat este o modalitate prin care procesul social influenţează comportamentul indivizilor, adică modalitatea prin care comunitatea exercită control asupra membrilor săi. „*Numai adoptând atitudinea altului generalizat către sine poate individul să gândească, fie că este vorba despre gândire concretă sau abstractă. Cât priveşte gândirea concretă, individul adoptă atitudinea altului generalizat în*

măsura în care acesta îşi găseşte expresia în atitudinile celorlalţi indivizi cu care intră în contact direct în timpul unui act social concret. Gândirea abstractă înseamnă că individul adoptă atitudinea altului generalizat față de sine, dar fără referire la manifestarea acestuia prin indivizi concreți" (Mead, 1934/1967, p. 156).

Sinele are două componente. „I" reprezintă latura impulsivă, neorganizată, imprevizibilă a persoanei. „Me" reprezintă latura socială care constrânge şi orientează comportamentul. Orice act începe cu un impuls venit din partea lui „I". Intervine „me"-ul, care exercită un tip de control, oferind un gen de ghidaj social. „<<I>>-ul reprezintă răspunsul organismului la atitudinile celorlalți, în timp ce <<me>>-ul reprezintă setul organizat de atitudini ale celorlalți pe care le adoptă individul ((Mead, 1934/1967, 175). Sinele complet încorporează dimensiunea „me", care stă la baza acțiunii, iar acțiunea socială modifică structura socială. Fiecare acțiune a individului modifică structura socială într-o oarecare măsură: într-o mică măsură, în cele mai multe cazuri, într-o măsură semnificativă, în cazul geniului sau al liderului.

Judecata

Conversația la nivelul simbolurilor semnificative nu are loc neapărat între persoane, ci şi în interiorul unei singure persoane, între individ şi sine, ceea ce semnifică cea de-a treia noțiune fundamentală folosită de către Mead – judecata (engl. *mind*). Individul inițiază o adevărată conversație cu sinele, ținând cont de pozițiile celorlalți. Prin intermediul acestei conversații interioare, persoana anticipează cursul acțiunii pe care doreşte să o inițieze, după care îşi reevaluează propria acțiune. Astfel, ea încorporează viitorul când plăsmuieşte ceva. Gândirea presupune existența unui actor conştient de sine, care amână răspunsul pentru a putea evalua răspunsurile probabile ale celorlalți.

Judecata (engl. *mind*) poate fi definită ca procesul de interacțiune, de conversație cu sine însuşi. Această abilitate specială a ființei umane este de importanță fundamentală, deoarece implică amânarea unei acțiuni până la primirea stimulilor sau a răspunsurilor, evaluarea situației, contextului, inclusiv a paşilor în viitor pe care îi implică acțiunea sa; în sfârşit, persoana imaginează diferite rezultate şi caută să selecteze alternativele în funcție de aceste rezultalte. Gândirea/ judecata reprezintă pur şi simplu o conversație implicită, internalizată, a individului cu sine, prin intermediul unor astfel de gesturi. Esența gândirii o reprezintă internalizarea experienței noastre a conversației exterioare a gesturilor pe care le facem vizavi de alți indivizi în timpul procesului social. Iar gesturile astfel internalizate reprezintă simboluri semnificative deoarece au acelaşi înțeles pentru toți membrii individuali ai unui grup sau ai unei societăți date: „stimulează/evocă în individul care le foloseşte aceleaşi

atitudini ca în indivizii care răspund la ele" (Mead, 1934/1967, p. 47). Individul trebuie să evoce în sine răspunsul pe care gestul respectiv îl evocă în celălalt, apoi foloseşte răspunsul celuilalt pentru a-şi ajusta, în continuare, comportamentul. Astfel de gesturi sunt gesturi semnificative, simboluri semnificative. Prin folosirea lor, individul adoptă rolul celuilalt pentru a-şi modifica propriul comportament: „evocarea aceluiaşi răspuns atât în sine cât şi în celălalt constituie conținutul comun necesar pentru a se ajunge la comunitatea de înțeles (engl. *community of meaning*, Mead, *idem*).

În absența acestei „comunități de înțeles", individul nu poate internaliza gesturile, nu poate fi conştient de ele şi de înțelesurile pe care le au. „Geneza judecății, a conştiinței, adoptarea atitudinii altuia față de propriul sine sau față de propriul comportament, depinde de geneza şi de existența simbolurilor semnificative, a gesturilor semnificative" (Mead, 1934/1967, p. 48).

Conceptul de judecată este important în gândirea lui Mead, pentru că înfățişează ființa umană drept o ființă activă, care deliberează, imaginează, compară şi nu se mulțumeşte să reacționeze la anumite situații. Ea anticipează, construieşte acțiunea înainte de a o desfăşura şi finaliza. Răspunsurile sunt avute în vedere înainte ca ele să se producă efectiv. Nu avem de-a face cu o acțiune hrănită de abordarea încercare/eroare, ci cu una precedată de o proiectare şi anticipare a răspunsurilor, reacțiilor, alternativelor, rezultatelor.

Judecata devine posibilă datorită existenței la nivelul comportamentului individual a simbolurilor semnificative. Ea reprezintă internalizarea de către individ a procesului social de comunicare în cadrul căruia iau naştere înțelesurile. În momentul în care răspunsul imaginat de „sine" coincide sau se apropie cât mai mult de răspunsul celuilalt, putem vorbi de „înțeles împărtăşit", baza adevărată a comunicării, cooperării şi acțiunii concertate. Individul este conştient de conținutul şi dinamica înțelesului numai în măsura în care adoptă atitudinea celuilalt vizavi de propriile gesturi. Numai odată cu apariția simbolurilor semnificative este posibilă apariția judecății şi a inteligenței.

Limbajul are rolul de a fixa înțelesul simbolurilor şi de a facilita comunicarea. Chiar atunci când este folosit pentru dialogul interior al persoanei cu ea însăşi, limbajul îşi menține caracterul social, reprezintă o modalitate de a activa în individ atitudinile, rolurile, simbolurile presupuse de activitatea socială comună: „*ceea ce este specific gândirii este faptul că individul răspunde la propriul stimul în acelaşi fel în care ceilalți răspund la acesta. În acest moment, stimulul capătă semnificație. Când este vorba despre un papagal, vorbirea sa nu semnifică nimic, dar în momentul în care o persoană rosteşte ceva cu semnificație, rostirea este îndreptată atât către ceilalți, cât şi către sine"* (Mead, 1934/1967, p.

67). Înțelesul ia naştere în timpul acțiunii cooperante la nivelul grupului. În timp, fiecare grup îşi dezvoltă propriul sistem de simboluri semnificative care sunt deținute în comun de către membrii săi şi în jurul cărora sunt organizate activitățile în interiorul grupului. În felul acesta, apartenența la grup nu mai poate fi definită sau interpretată drept o problemă fizică, ci drept una simbolică.

În acest context, merită subliniată şi importanța pe care Mead o acordă mijloacelor de comunicare în masă: „*vasta importanță a mijloacelor de comunicare apare limpede în momentul în care ne dăm seama că acestea relatează/ prezintă situații prin intermediul cărora individul poate avea acces la atitudinile şi experiența altor persoane. Nu poți să construieşti o societate din elemente care sunt exterioare proceselor din viața individului. Trebuie să pornim de la o minimă activitate comună la care indivizii iau parte, activitate care să constituie baza participării la comunicare. Nu poți să începi să comunici cu marțienii şi să creezi o societate acolo unde nu există nici un fel de relații anterioare. Desigur, dacă există o comunitate pe Marte al cărei caracter s-ar asemăna cu cel al comunității de care aparții, este posibil să inițiezi un tip de comunicare. Dar nu poate exista comunicare între două comunități care sunt total separate una de alta, care nu au nici un interes comun, şi care nu participă la nici o acțiune concertată”* (Mead, 1934/1967, p. 257).

Cele trei concepte fundamentale – *mind*, *self*, *society* – nu sunt, aşa cum a rezultat şi din descrierea anterioară, foarte clar delimitate; în fapt, ele au o rădăcină comună, ceea ce Mead numeşte actul social. Actul social este conduita umană văzută în ansamblu, nu prin prisma părților componente. Actele încep cu un impuls, implică perceperea şi atribuirea înțelesului, proiectarea individuală a acțiunii, imaginarea evoluțiilor posibile, conturarea unor rezultate diferite. Cum spune Mead, un act social are o structură logică: gestul inițial, răspunsul de adaptare la acest gest de către altcineva (fie răspunsul aşteptat de la cea de-a doua persoană, fie răspunsul dat în mod real de către cea de-a doua persoană) şi rezultatul actului, perceput sau imaginat de ambele părți (Mead, 1934/1967, p. 167).

8. Punct de plecare pentru noi orientări

Sociolog de formație, George Herbert Mead descoperă importanța comunicării în procesele de socializare pe care le examinează. Cum avea să remarce şi Rogers, „semnificația lui George Herbert Mead pentru

cercetătorii din comunicarea contemporană este că interacționismul simbolic situează comunicarea în inima explicației sociologice" (1994, p. 171). În felul acesta, autorul american identifică pentru comunicare un rol extrem de important: ea reprezintă procesul prin intermediul căruia ființele umane schimbă înțelesuri, inițiază interpretări, convin simboluri, într-un cuvânt, se socializează. Domeniul pus în lumină de către autorul american va creşte în importanță şi va lua forma unei adevărate direcții de cercetare în comunicare.

Într-o lucrare de factura celei de față interesează nu numai valoarea intrinsecă a descoperirilor, a ipotezelor de cercetare, gradul de elaborare a acestora, ci şi impactul pe care aceste descoperiri şi ipoteze l-au exercitat în timp, preocupările pe care le-au stimulat, temele pe care le-au impus. Din acest punct de vedere, Mead a exercitat o înrâurire considerabilă asupra dezvoltării de mai târziu a studiului comunicării. Din gândirea lui Mead se revendică în filiație directă Blumer, cel care lansează termenul propriu-zis de interacționism simbolic, înscriind o contribuție foarte importantă la consacrarea sa. Blumer va accenta ideile potrivit cărora, pentru a deveni un obiect pentru sine, persoana trebuie să se vadă pe sine din exterior, să se pună în postura celorlalți, să se vadă pe sine acționând din perspectiva celorlalți (Blumer, 1969/1998, pp. 12-13). Sinele se formează printr-un proces permanent de „asumare de roluri" (engl. *role-taking*), ne vedem pe noi înşine în felul în care ceilalți ne văd sau ne definesc. Individul uman se confruntă cu o lume pe care trebuie mai întâi să o interpreteze ca să poată acționa în ea, nu cu un mediu la care reacționează imediat. Individul trebuie să construiască, să proiecteze şi să îşi ghideze acțiunile, nu acționează pur şi simplu ca răspuns la factorii care acționează asupra sa; poate să realizeze o construcție sau o proiecție slabe, dar asta nu înseamnă că nu construieşte, că nu proiectează (Blumer, 1969/1998, p. 15).

O altă direcție de cercetare care porneşte de la interacționismul simbolic este cea asociată de numele lui Manford Kuhn (University of Iowa). Kuhn sesizează că interacționismul simbolic al lui Mead este un concept preponderent teoretic şi încearcă o operaționalizare a sa; ceea ce îşi propune discipolul lui Mead este să dezolte interacționismul în latura sa metodologică, lansând, în această privință, ceea ce a purtat denumirea de „testul celor 20 de afirmații" (the 20 statements test). Subiectul cercetat era invitat să răspundă la întrebarea Cine sunt eu? Răspunsurile erau sistematizate în funcție de două variabile. Una privea ordinea în care erau date răspunsurile. Dacă cineva menționa caracteristica „baptist" înaintea celei de „tată", cercetarea putea concluziona că persoana studiată se identifica mai mult cu afilierea religioasă decât cu cea familială. Al doilea criteriu de ordonare privea conținutul. Dacă în răspunsurile date persoana se identifica în mod special cu anumite grupări sau comunități -

de pildă, calitatea de a fi american, înaintea altor identificări cu conotaţii subiective, putea prilejui un tip de concluzii din partea cercetătorilor.

Dezvoltat, după cum am subliniat, în cadrul Şcolii de la Chicago, interacţionismul simbolic a cunoscut suişuri şi coborâşuri fireşti pentru o orientare care semnalează o problematică nouă. După câteva decenii de prezenţă mai puţin semnificativă, el a devenit, din nou, foarte influent în anii 60, ca răspuns la dominaţia lui Talcot Parsons şi a „marii teorii" (Dicţionar de sociologie, Oxford, 2003). De asemenea, interacţionismul a jucat un mare rol în teoria etichetării privind devianţa, în cercetarea ocupaţională, în sociologia medicală. În anii 90, el a fost asociat din ce în ce mai mult cu semiologia, teoria culturală, în general cu postmodernismul.

Din interacţionismul simbolic se revendică şi Ervin Goffman, reprezentant de primă mărime al Şcolii de la Palo Alto. Lucrarea *The Presentation of the Self in Everyday Life* (1959) se centrează în jurul unui concept – sinele – lansat de Şcoala de la Chicago. El va dezvolta chiar o serie de studii empirice axate pe procesul interacţiunii. Cercetare empirică fiind, studiile lui Goffman vor prilejui „o distanţare radicală" de Şcoala de la Chicago ca abordare, metodologie de investigaţie şi rezultat susţinut de fapte probate. Dar ca filiaţie de idei, asemenea studii se încadrează în moştenirea culturală lansată de Dewey, Mead, Cooley şi Park.

Ca orice autor care accentuează o perspectivă, Mead este şi el absorbit de importanţa interacţiunii în procesul de formare a sinelui, a judecăţii, de multitudinea de schimburi între individ şi mediu pe care o implică dezvoltarea personalităţii. Contribuţia autorului în acest domeniu este indiscutabilă şi ea va fi reluată de către cercetătorii ulteriori. Rămân, însă, întrebări foarte importante, care nu îşi află răspuns în studiile pe care le propune Mead. Individul se formează, într-adevăr, în dialog, în interacţiune cu mediul, cu ceilalţi, internalizând norme, aşteptări, semnale, simboluri. Dar înaintea sa există un set de norme, de simboluri – constituite deja – pe care individul nu le construieşte, ci le învaţă. Aşa cum, după el, se transmit o serie de norme şi simboluri care nu mai trebuie construite de către fiecare în parte, ci, în datele lor fundamentale, sunt transmise. Masa de simboluri, de credinţe, de reguli, de aşteptări transmisă istoriceşte contribuie şi ea la socializarea individului, creează un gen de presiune de care fiinţa umană trebuie să ţină cont.

Bibliografie

Blumer, Herbert. (1969/1998). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Berkeley: University of California Press.
Carey, J.W. (1996). *The Chicago School and the Mass Communication*

Research. În Dennis, E.E. & Wartella, E. (ed.), *American Communication Research. The Remebered History* (ed). New Jersey: Lawerence Erlbaum Associates, Mahwah.
Cooley, C.H. (1902/1964). *Human Nature and the Social Order*. New York: Shocken Books.
Cooley, C.H. (1909/1929). *Social Organization. A Study of the Larger Mind*. New York: Charles Scribner's Sons.
Czitrom, D.J. (1982). *Media and the American Mind. From Morse to McLuhan*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
Dewey, J. (1916/1966). *Democracy and Education*. *An Introduction to the Philosophy of Education*. New York: Free Press.
Dewey, J. (1922). *Public Opinion*. The New Republic, 30.
Dewey, J. (1927/1954). *The Public and Its Problems*. Denver: Alan Swallow.
Durham, Peters, John(1995) Historical Tensions in the Concept of Public Opinion, in Public Opinion and the Communication of Consent, The Guilford Press, New York, London.
Goffman, E. (1959). *The Presentation of the Self in Everyday Life*. Anchor.
Fine, G.A. & Gusfield, J.R. (1995). *A Second Chicago School?: The Development of poswar American Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
Fort, D. (1998). *John Dewey: America's Philosopher of Democracy*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.
Frazier, P.J., Graziano, C. (1979). *Robert Ezra Park's Theory of News, Public Opinion and Social Control*, Journalism Monographs, 64, November.
Hardt, H. (2001). *Social theories of the press. Constituents of communication research, 1840s – 1920s*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
Joas, H. (1997). *G. H. Mead: A Contemporary Re-examination of His Thought (Studies in Contemporary German Social Thought)*. Trad. de Meyer, R. Boston, MA: MIT Press.
Lasswell, H. (1948). *The Structure and Function of Communication and Society: The Communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies.
Littlejohn, S. (1983). *Theories of Human Communication*. 7th edition. Belmont, CA: Wadsworth.
Lowell, A. L. (1913). *Public Opinion and Popular Government*, American Journal of Sociology, XLVII, Iulie.
Matthews, F.H. (1977). *Quest for an American Sociology. Robert E. Park and the Chicago School*. Montreal: McGill-Quenn's University Press.

McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory*, 4th edition, London: Sage Publications.
Mead, G.H. (1934/1967). *Mind, Self and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist* (Introducere de C.W. Morris). Chicago: Chicago University Press.
Mead, G.H. (1965). *George Herbert Mead on Social Psychology. Selected Papers* (Introducere de Anselm Strauss). Chicago: University of Chicago Press.
Meier, N.C. (1925). *Motives in Voting: A Study of Public Opinion*. American Journal of Sociology, 31.
Meyer, T. (2001). *Pragmatism and Mediated Communications*, în Perry, D. K. (ed.). *American Pragmatism and Communication Research*, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
Park, R.E. (1915/1967). *The City: Suggestions for Human Behavior in the Urban Environment*. În Burgess, E.W. & McKenzie, R. *The City.* Chicago: University of Chicago Press.
Park, R.E. (1921/1950). *Race and Culture. The Collected Papers of Robert Ezra Park*. Vol. I. (ed. Everett Cherington Hughes, *et. al*). Glencoe, IL: The Free Press.
Park, R.E. (1922). *The Immigrant Press and Its Control*. New York: Harper and Brothers Publishers.
Park, R.E. (1923). *Natural History of the Newspaper*. American Journal of Sociology, XXIX: 3, Nov.
Park, R.E. (1935). *Social Planning and Human Nature*. Publication of the American Sociological Society, August.
Park, R.E. (1940a). *News and the Human Interest Story*. Chicago: Chicago University Press.
Park, R.E. (1940b). *News as a Form of Knowledge*. American Journal of Sociology, XLV: 5, Martie.
Park, R.E. (1940c). *Physics and Society*. Canadian Journal of Economics and Political Science, VI: 2, Mai.
Park, R.E. (1941a). *Morale and the News*. American Journal of Sociology, XLVII, Nov.
Park, R.E. (1941b). *News and the Power of the Press*. American Journal of Sociology. XLVI, Iunie.
Park, R.E. *Society. Collective Behavior. News and Opinion. Sociology and Modern Society*. The Free Press, Glencoe, Ill, 1955.
Park, R.E. (1972). *The Crowd and the Public and Other Essays*. Chicago: The University of Chicago Press, Chicago.
Park, R. E. & Ernest W. Burgess, E.W. (1921/1924). *Introduction to the Science of Sociology*. Chicago: The University of Chicago Press.
Park, R.E. (1927). *Human Nature and Collective Behavior*, American

Journal of Sociology, XXXII: 5, March, în R. E. Park (1955), *Society. Collective Behavior. News and Opinion. Sociology and Modern Society*. Glencoe, Ill.: The Free Press.

Rogers, E.M. (1994). *The Beginnings of Communication Study. A Biographical Approach*. New York: The Free Press.

Schramm, W. (1997). *The Beginnings of Communication Study in America. A Personal Memoir* (ed. Chaffee, S.H. & Rogers, E.M.). Thousands Oaks, CA: Sage Publications.

Thomas, W.I. & Thomas, D.S. (1928). *The Child in America. Behavior Problems and Programs*. Knopf.

Tonnies, F. (1887/1957). *Community & Society (Gemeinschaft und Gesselschaft*). Trad. de Loomis, C.P. East Lansing: The Michigan State University Press.

Tonnies, F. (1923/1971). *On sociology: Pure, applied and empirical*. Chicago: Chicago University Press.

Westbrook, R.B. (1991). John Dewey and the American Democracy. Ithaca: Cornell University Press.

Woodly, C.D. (1926). The Chicago Primary of 1926. Chcago:Chicago university Press.

Wright, C. (1960). *Functional Analysis and Mass communication*. Public Opinion Quarterly, 24.

Curs 4
Cercetarea efectelor – contribuția americană cea mai importantă la studiul comunicării

1. „Dacă nu poți măsura, cunoaşterea la care ai ajuns este superficială şi irelevantă”

În Statele Unite, între a doua jumătate a secolului al XIX-lea şi primele două decenii ale secolului al XX-lea (aproximativ 1870 – 1910), un curent foarte puternic pătrunde în filosofie, drept, ştiințele sociale (psihologie, sociologie, ştiințe politice, economie). Potrivit acestui curent, principiile raționale absolute nu explică şi nu guvernează universul. Nu există adevăruri *a priori*, iar metafizica nu reprezintă decât o fațadă pentru ignoranță şi superstiție. Numai investigația ştiințifică aplicată, concretă poate conduce la cunoaştere autentică, iar această cunoaştere autentică poate fi şi trebuie susținută prin dovezi empirice.

Prestigiul asociat ştiințelor naturale a constituit principalul punct de sprijin al acestui curent. Fizica şi biologia reprezentau modele de împlinire ştiințifică, constituiau surse de inspirație pentru felul în care să fie studiat comportamentul uman. Cunoaşterea ştiințifică trebuie să fie în totalitate obiectivă, să se bazeze pe observații concrete, pe date care pot fi verificate, iar baza cunoaşterii trebuie să fie empirică, nu logică, abstractă. Funcția cercetătorului era de a separa faptele obiective şi observabile de interpretările confuze şi subiective ale oamenilor obişnuiți. Rezultatele ştiințifice erau considerate valide numai în măsura în care corelațiile identificate permiteau predicțiile (Purcell, 1973, pp. 10 – 22).

Între 1913 şi 1919, John Watson publică principalele lucrări care ancorează adânc cercetarea psihologică în empirism, subliniind că scopul psihologiei este obiectivitatea totală. Watson îi îndemna pe psihologi să abandoneze metoda introspecției, conceptul de « interioritate », să reducă toate fenomenele mentale la procese fizice observabile, să se concentreze asupra comportamentului extern, ghidați de relația de tip stimul – răspuns dintre mediu şi individ. În acelaşi spirit, apare, în 1921, lucrarea clasică pentru sociologie, „Introducere la *ştiința* sociologiei” (Robert E. Park şi Ernest W. Burgess, „*Introduction to the science of sociology*”). Iar decanul Departamentului de Ştiințe Politice de la Universitatea din Chicago, Charles E. Merriam, susține în mod deschis abordarea behavioristă, luptând contra dominației pe care abordările istorice,

filosofice, juridice o exercitau asupra ştiinţelor politice. Economişti celebri (Walton Hamilton, Wesley C. Mitchell) îşi declară ataşamentul la cercetarea concretă, empirică, atacă preocupările tradiţionale drept metafizică aridă, considerând că adevăratul drum către cunoaştere este cel al ştiinţei naturale.

Simultan, se impune ideea că esenţa ştiinţei nu rezidă atât în conţinut, cât în metoda prin care se ajunge la rezultate, metoda prin care aceste rezultate sunt validate, repetate, adjudecate. Pe fundalul accentului asupra metodei ca factor de diferenţiere între ştiinţă şi ne-ştiinţă, metodele statistice devin modalitatea cea mai utilă de a studia fenomenele sociale. Ele au fost aplicate mai întâi în economie (1906), iar din 1928 datează primele primele încercări consistente de a studia comportamentul politic utilizând statistica.

„Măsurarea" comportamentului uman devine un imperativ. Dovada simbolică în acest sens o constituie inscripţia de pe frontispiciul noului departament de ştiinţe sociale al Universităţii Chicago, departament inaugurat în 1929: „Dacă nu poţi măsura, cunoaşterea la care ai ajuns este superficială şi irelevantă".

Agenda de cercetare a câmpului social a fost creată şi, în acelaşi timp, limitată, de perspectiva behavioristă, orientată pe cercetarea cantitativă a efectelor, a influenţelor pe care factorii externi le exercită asupra opiniilor, atitudinilor, credinţelor şi comportamentelor. Metodele de cercetare predominante pentru a susţine această agendă de cercetare erau: interviul, ancheta, experimentul de laborator, cercetarea de teren, sondajele de opinie publică (pe eşantioane reprezentative), toate susţinute de utilizarea, prelucrarea şi interpretarea datelor statistice.

2. Spiritul empiric – polenul intelectual pentru fertilizarea încrucişată a comunicării

Este ştiut faptul că, în perioada dintre cele două războaie mondiale, comunicarea a împrumutat teme şi tehnici de cercetare din disciplinele învecinate – mai ales din psihologie socială şi sociologie. Odată cu acestea, comunicarea a împrumutat, în mod natural, şi abordarea dominantă în respectivele ştiinţe sociale – abordare pe care am schiţat-o mai sus. Astfel că, în anii 1930, studiul comunicării pe tărâm american era caracterizat, şi el, de un spirit empiric agresiv. Ceea ce s-a dovedit benefic din mai multe motive, poate cel mai important fiind acela că a oferit unitate domeniului de cercetare nou apărut, a constituit un factor de coagulare şi de organizare: „preocuparea de a identifica, prin măsurători ştiinţifice, efecte de natură behavioristă ale mijloacelor moderne de comunicare a pus la dispoziţie polenul intelectual pentru fertilizarea

încrucişată a metodologiilor, disciplinelor, şi instituţiilor în domeniul cercetării comunicării" (Czitrom, p. 122).

Ascensiunea spiritului empiric în ştiinţele sociale a asigurat studiului comunicării un fundament sigur. Pe această fundaţie, patru tipuri de preocupări au condus la articularea cercetării comunicării ca domeniu separat: analiza propagandei, studiul opiniei publice, psihologia socială şi cercetarea de piaţă (idem).

1. *Analiza propagandei* devine o preocupare consistentă după încheierea primului război mondial. Ca urmare a experienţei războiului, propaganda capătă o conotaţie preponderent negativă, fiind privită cu neîncredere şi cu teamă de către toată lumea. În general, cercetările dedicate acestui fenomen au ca punct de plecare tocmai aceste sentimente dominante la nivel comun. După cum relevă J. Michael Sproule (*Progressive Propaganda Critics and the Magic Bullet Myth*, Critical Studies in Mass Communication, 6(1989), vol, 3, pp. 225 – 246), analiza propagandei analiza propagandei era înzestrată cu valoare teoretică şi educaţională, constituind un instrument prin care publicul să fie avertizat cu privire la influenţa socială exercitată de mass media (233).

În perioada interbelică, studiul propagandei va cunoaşte o schimbare/tranziţie de la o abordare critică la una de tip statistico-experimental. O asemenea tranziţie comportă două dimensiuni: trecerea de la calitativ-critic la cantitativ-experimental, însoţită de o a doua, trecerea de la o concepţie sumbră asupra noii alianţe dintre instituţii şi mass media la o concepţie potrivit căreia respectiva alianţă este benefică, promovează consensul social şi este în interesul omului obişnuit, fie el votant, cumpărător etc. Această ultimă perspectivă va transpare în studiile dedicate comunicării de masă de după cel de-al doilea război mondial, studii care, într-o manieră evidentă, vor lăsa deoparte întrebări incomode referitoare la mariajul dintre instituţiile statului şi mass media, la controlul asupra ambelor, la iniţiatorii comunicării sociale.

2. *Studiul opiniei publice* se corelează cu studiul propagandei. Walter Lippmann este autorul care, sistematic, exprimă îngrijorarea (resimţită şi de cei preocupaţi de propagandă) că, din ce în ce mai mult, oamenii nu mai acţionează pe baza cunoaşterii directe şi nemijlocite a mediului înconjurător. Ei reacţionează pur şi simplu la „mediile de ficţiuni" omniprezente, mai mult sau mai puţin false, create şi întreţinute de către mass media moderne.

O dovadă grăitoare a exploziei pe care o cunoaşte studiul opiniei publice în perioada avută în vedere este înfiinţarea, în 1937, a revistei „Public Opinion Quarterly". Cuvântul introductiv al primului număr accentua semnificativ: „ne confruntăm cu o nouă situaţie în întreaga lume, creată de alfabetizarea pe scară largă şi de progresele miraculoase pe care le înregistrează mijloacele de comunicare. Până de curând, opinia

unui număr relativ mic de oameni a reprezentat principala forță în politică; acum, pentru prima dată în istorie, aproape pretudindeni, opinia de masă reprezintă factorul determinant al vieții politice şi economice"

3. *Psihologia socială* îşi exportă metodele şi tehnicile de cercetare în domeniul comunicării de masă. Odată cu acest export metodologic, psihologia socială impune o concepție asupra comunicării ca fiind un proces de influență socială. Problema principală, din perspectivă psihosocială, este cum să fie controlată, administrată interacțiunea socială astfel încât să se obțină rezultatele dorite/ anticipate. Dată fiind apropierea dintre psihologia socială şi perspectiva asupra comunicării ca proces de influență, nu este suprinzător faptul că teoriile clasice propuse la mijlocul secolului trecut cu privire la dinamica grupurilor (Kurt Lewin), persuasiune (Carl Hovland), disonanță congnitivă (Leon Festinger) au fost repede preluate de teoria şi cercetarea comunicării, tendință care s-a menținut o bună perioadă de timp şi care, într-o măsură considerabilă, este prezentă şi astăzi.

Psihologia socială va fi răspunzătoare pentru impunerea ideii că schimbarea comportamentului (obiectivul final al procesului de influență) urmează traseul cunoştințe/ informații – opinii – atitudini (în această ordine). Tot psihologia socială va fi răspunzătoare, în bună măsură, pentru impunerea, în vocabularul comunicării, a cuvintelor-cheie: efecte, comportament, variabile, personalitate, percepție, cogniție, atitudini, interacțiune.

4. *Cercetarea de piață* beneficiază, din 1920, de un cadru instituționalizat. Începând cu acest an, apar institute de cercetare independente, specializate, care îşi ofereau serviciile celor interesați. Treptat, tehnicile utilizate pentru a surprinde preferințele de consum ale subiecților încep să fie transferate în domeniul politic, pentru a studia preferințele de vot. Profesionalizarea cercetării de piață a fost accelerată de apariția radioului, care avea o audiență diferită de cea a ziarelor şi revistelor – o audiență invizibilă, ale cărei dimensiuni nu mai puteau fi măsurate/estimate prin tiraj. Directorii posturilor comerciale de radio erau presați să găsească o soluție prin care să le demonstreze celor din publicitate că mesajul lor ajunge la un număr cât mai mare de ascultători şi că, în consecință, publicitatea prin intermediul radioului reprezintă o investiție valoroasă.

Toate cele patru domenii/arii de preocupări (studiul propagandei, studiul opiniei publice, psihologia socială, cercetarea de piață) aveau două trăsături comune:

- erau prin excelență aplicate, aveau o orientare empirică pronunțată şi apelau la metodele statistico-experimentale;

- se axau pe problematica mass media, mai precis pe influența – efectele mass media asupra indivizilor, grupurilor şi societății în ansamblu.

În felul acesta, s-a produs o întâlnire fericită între un domeniu în expansiune, exploziv am putea spune – mass media – şi o metodă de cercetare – preponderent cantitativă, statistico-experimentală. Faptul că mass media au cunoscut o evoluție explozivă mai accentuată în Statele Unite față de Europa, de exemplu, că spiritul empiric s-a răspândit cu repeziciune – chiar cu agresivitate – în mediile intelectuale americane explică, în bună măsură, de ce cercetarea comunicării s-a afirmat cu atâta forță pe continentul american, marcând debutul studiului riguros al acestui domeniu.

3. Fascinația de a cerceta efectele comunicării de masă

Observația că mass media reprezintă surse importante de influență în societate a stat la baza primelor studii despre comunicarea de masă, premisa lor implicită sau explicită. Iar metodele empirice au dat coerență efortului de a descifra respectivul proces de influență. Astfel, cercetarea comunicării de masă şi-a delimitat un obiect de studiu – efectele mass media – şi o metodologie adecvată acestuia – metoda statistico-experimentală. Întâlnirea dintre un obiect de studiu relevant şi o metodologie aflată în consonanță cu spiritul empiric, „științific" al epocii a făcut ca noul domeniu al cunoaşterii să manifeste ambiții de ştiințificitate şi de excelență teoretică, chiar de la început.

Cercetarea de acest fel era nu numai dezirabilă, ci şi posibilă: „existau metodele de măsurare cantitativă şi exista un volum impresionant de date empirice, puse la dispoziție, uneori, chiar de către industriile mass media" (Czitrom, p. 126). Obiectul de studiu – efectele mass media – îşi demonstra relevanța şi pentru cei care finanțau cercetarea, fie că era vorba despre finanțatori publici/guvernamentali sau de sponsori privați. Toți erau interesați de efect, de cunoaşterea condițiilor în care efectele se pot obține, atenua sau amplifica.

Problema influenței, a efectelor s-a constituit în tema unificatoare, într-un adevărat „miez" al cercetării comunicării de masă. Dincolo de interese economice, pragmatice („administrative") – cum să obții efectele dorite prin intermediul acțiunii mass media, tema influenței este miezul comunicării din cel puțin două motive, care stau în picioare şi astăzi:

- mass media reprezintă principala instituție care pune în circulație informația publică, prilejuind automat întrebarea cu privire la legătura dintre această informație publică şi caracteristicile sistemului politic şi social;

- mass media reprezintă o prezență permanentă şi pregnantă care s-a însinuat încet şi sigur în viața omului modern, ajungând o forță invizibilă, eficientă tocmai prin faptul că pare invizibilă, un factor de rutină (Corner, 2000, pp. 376 – 397). Problema influenței nu a fost doar o opțiune determinată de factori ideologici, de rațiuni comerciale şi politice, ci constituie, în mod obiectiv, o temă care suscită interes, preocupare, chiar îngrijorare.

Aceşti factori intrinseci, „obiectivi" s-au conjugat şi cu un climat favorabil la nivelul opiniei publice. Aflată încă sub influența experienței din primul război mondial, a ştirilor cu privire la iminența celui de-al doilea, dar şi sub influența unor preocupări de natură socială, precum epidemiile şi prevenirea acestora, explozia populației urbane şi migrația masivă, opinia publică era deschisă dezbaterii unor probleme precum influență, efecte, persuasiune. Faptul că existau o conştientizare publică a existenței acestor fenomene, un acord cu privire la faptul că ele sunt relevante şi trebuie studiate a oferit prestigiu suplimentar, un fel de „aură socială" domeniului nou apărut. După cum exclama chiar Lazarsfeld, „o fascinație nemăsurată înconjoară toate demersurile de a studia efectele comunicării de masă" (1949).

Nevoile unei ştiințe behavioriste/empirice, concentrată pe probleme de influență, pe evidențierea relațiilor de tip cauză-efect s-au suprapus cu interesele comerciale ale domeniului privat şi cu interesul administrației americane de a-şi implementa politicile fie în plan intern, fie în plan extern. Criza internațională – creată de iminența celui de-al doilea război mondial – a accelerat recunoaşterea publică a contribuției pe care mass media o pot avea la realizarea consensului politic. Eforturile de persuasiune din timpul războiului au consolidat direcția în care studiul comunicării se îndrepta deja – studiul efectelor, au contribuit chiar la realizarea unui consens în legătură cu această opțiune, care va deveni paradigma dominantă în comunicarea de masă. Ascensiunea paradigmei dominante – empirică, statistico-experimentală, orientată pe studiul efectelor – nu poate fi explicată doar prin prisma relevanței pe care a căpătat-o în contextul celui de-al doilea război mondial, aşa cum au tendința să prezinte lucrurile unii analişti (Simpson). Mai curând, „evenimentele prilejuite de război au constituit o şansă fără precedent pentru ca specialiştii şi cercetătorii în disciplinele sociale să-şi arate competențele şi cunoştințele lor [deja acumulate, n.n.]. (Paul Lazarsfeld, 2004, p. 11).

Beneficiind de toate aceste atuuri – relevanță socială percepută, obiect de studiu de interes, tehnici de cercetare profesionalizate, susținere din partea mediului privat şi a celui guvernamental, „şansa fără precedent" creată de cel de-al doilea război mondial, modelul empiric, behaviorist, axat pe o înțelegere a comunicării ca proces de

persuasiune/de influență a triumfat în competiția cu alte posibile abordări ale comunicării, a obscurizat şi împins într-un plan secund abordări alternative – de exemplu, comunicarea ca ritual, ca proces constitutiv prin care realitatea este produsă, menținută, ajustată, modificată, un proces care suplineşte lipsa tradiției şi creează o cultură comună, o menține în timp şi o sedimentează în instituții.

Articulat într-un anumit context istoric şi într-un anumit spațiu geografic, cel american, modelul empiric a căpătat aproape instantaneu relevanță teoretică, socială şi politică. Personalitățile sale centrale – numite în literatura de specialitate, „părinți fondatori" – au înscris contribuții semnificative atât în domeniul teoretic propriu-zis, cât şi în cel practic, al întemeierii deciziei, al elaborării şi implementării politicilor de comunicare.

4. „Predecesori" şi „fondatori" ai studiului comunicării

Aşa cum am arătat, studiul sistematic al comunicării de masă este, într-o măsură izbitor de mare, o creație americană. Cercetătorii americani au înțeles să-şi întemeieze aserțiunile pe cercetare empirică, aplicată, să probeze corelațiile despre care vorbesc. Apariția unei întregi generații de cercetători, preocupați de experiment, de lucru aplicat şi riguros a generat o dezbatere vie în legătură cu predecesorii şi fondatorii studiului comunicării.

Cine sunt fondatorii, cei care au vorbit în mod de sine stătător despre comunicare, cei care, păstrându-şi domeniul lor de specializare inițială – psihologi, sociologi, politologi – au desfăşurat cercetări de mare interes pe tărâmul comunicării, după care s-au retras în câmpul specialității care i-a consacrat? Pe un asemenea tărâm gingaş, unde intervin filiații, afinități culturale, opiniile sunt diverse. Bernard Berelson, de pildă, vorbeşte despre „cei patru fondatori ai studiului comunicării" (Berelson, 1959), pentru ca Wilbur Schramm să consacre interpretarea într-o formulare memorabilă: „Astfel, în anii '30 şi '40 au apărut patru giganți adevărați proveniți din ştiințele sociale ca specialişti în comunicarea umană. Adolf Hitler – nu îi mulțumim, pentru că a făcut-o fără să-şi dea seama – ne-a dat doi dintre ei: Paul Lazarsfeld şi Kurt Lewin. Robert Maynard Hutchins* – nu îi mulțumim, pentru că nu a întrezărit o astfel de contribuție, ni l-a dat pe cel de-al treilea, Harold Lasswell. Iar armata SUA, probabil chiar spre propria surprindere, ni l-a dat pe cel de-al patrulea, luând pe cel mai talentat psiholog experimental

* rectorul Universității din Chicago; a avut o relație încordată cu Lasswell, care părăseşte, se pare din această cauză, universitatea, n. n.

din țară şi dându-i în timpul războiului responsabilităţi care l-au făcut să-şi consacre tot restul vieții studiului comunicării. Acesta este Carl Hovland" (W. Schramm, „There Were Giants in the Earth These Days", în P. Dobrescu, „Aisbergul comunicării", p. 49).

Afirmația că noul câmp de investigație socială a fost întemeiat prin contribuția cumulată a lui Lazarsfeld, Lasswell, Hovland şi Lewin este susținută de argumente puternice şi nu poate fi trecută cu vederea în nici o încercare de a reface traseul pe care l-a parcurs studiul comunicării. Concluzia pune accent foarte mult – este adevărat – pe rolul personalităților, ignorând rolul achizițiilor ideatice, teoretice, conceptuale, metodologice, instituționale. Dincolo de acest radicalism, la care Schramm recurge pentru a-şi accentua, fără înconjur, punctul de vedere, mitul celor patru părinți fondatori surprinde un fapt esențial: toți au înscris contribuții fără de care domeniul comunicării ar fi fost sărăcit, toți sunt personalități reprezentantive pentru serii lungi şi subtile de acumulări:

- Lazarsfeld descoperă rolul grupului şi al liderilor de opinie în medierea mesajului transmis prin mass media;
- Lasswell defineşte elementele fundamentale ale procesului de comunicare, sugerând inclusiv o modalitate de organizare a cercetărilor de profil, expune funcțiile mass media, studiază propaganda ca fenomen social total;
- Hovland aduce în centrul atenției persuasiunea, transformând această temă într-o preocupare permanentă a teoriei comunicării;
- Lewin plasează grupul în inima proceselor de comunicare, studiază modul în care se propagă influența în cadrul grupurilor şi le acordă acestora rolul primordial în schimbarea socială.

Dincolo de impunerea acestor direcții solide de cercetare – liderii de opinie şi fluxul comunicării în două trepte, propanganda, funcțiile mass media, persuasiunea, grupul şi schimbarea socială – toți patru vor pleda pentru abordarea empirică a comunicării, toți îşi vor supune enunțurile teoretice studiului empiric şi toți se vor manifesta în favoarea cercetării aplicate, a cercetării angajate în acțiune ("cercetarea activă", cum o va numi explicit Lewin). Evoluția lor intelectuală are valoare simbolică pentru mutațiile semnificative pe care le înregistra, în intervalul pe care îl studiem şi noi, ştiința socială a comunicării:

- Lazarsfeld evoluează de la studiul – preponderent din perspectivă psihologică – al acțiunii (alegerile pe care le face individul, în postura de cumpărător, votant etc) la cercetarea mai amplă, din perspectivă socială, a comunicării, a efectelor pe care comunicarea de masă le are asupra liderilor de opinie şi, prin intermediul acestora, asupra membrilor grupului;

- Lasswell evoluează de la o perspectivă calitativă, critică, contemplativă, asupra propagandei şi asupra analizei de conţinut la una cantitativă, empirică; este, în acelaşi timp, preocupat de generalizări cu privire la funcţiile sociale ale mass media;
- Hovland trece de la studiul experimental cu rol de tatonare (ce ne arată experimentele cu privire la efectele unui demers persuasiv) la studiul experimental cu rol de testare a ipotezelor teoretice (ce ipoteze sunt confirmate de experiment, ce enunţuri generalizatoare putem extrage în urma experimentelor);
- Lewin abandonează preocupările sale iniţiale în domeniul psihologiei individuale (probleme legate de percepţie, de învăţare) şi se lansează în studiul deciziilor şi comunicării de grup.

Cei patru vin pe un teren solid de achiziţii cu valoare precursoare, dintre care enumerăm doar câteva: Frances Fenton (efectele conţinutului mediatic violent asupra comportamentului, capacitatea de "sugestionare" a ziarelor – teză de doctorat 1910); G. Tarde (efectele pe care ştirile despre crime celebre le au asupra comportamentului infracţional – *Penal Philosophy* 1912); Robert E. Park (anatomia ştirilor şi funcţiile comunicării – *The Immigrant Press and Its Control* 1921); Walter Lippmann (opinia publică şi capacitatea mass media de a organiza informaţiile pentru societate, de a construi mediul de ficţiuni – *Public Opinion* 1922). Acţionând pe un teren din ce în ce mai stabil al meditaţiei pe marginea cărţii, presei scrise, radioului, Lazarsfeld, Lasswell, Hovland şi Lewin vor trece la cercetarea propriu-zisă a impactului şi influenţei sociale a mass media. Vor fi convinşi şi îi vor convinge şi pe alţii că spaţiul social – în care comunicarea are rol central – are existenţă empirică, iar cercetarea sa experimentală şi conceptuală este de importanţă teoretică şi practică fundamentală. În acest registru, statutul lor de fondatori este indiscutabil pentru că, şi în domeniul comunicării, ştiinţa începe cu testarea, cu demonstrarea ipotezelor.

5. Un caz singular de cercetător cu abilităţi manageriale

Figura emblematică pentru abordarea empirică, de tip statistico-experimental, axată pe identificarea efectelor comunicării este Paul F. Lazarsfeld, motiv pentru care îi acordăm un spaţiu extins în acest capitol. După cum am văzut, Schramm îl consideră unul dintre cei „patru părinţi întemeietori", pentru ca Denis K. Davis şi Stanley J. Baran să îi acorde întregul credit pentru apariţia noii discipline: *„Dacă e să ne hotărâm asupra unei singure persoane care să merite titlul de fondator al*

cercetării comunicării de masă, acea persoană este Paul Lazarsfeld. Nimeni nu a contribuit mai mult la clarificarea modului în care teoria şi metodele de cercetare trebuie dezvoltate pentru a ne permite înţelegerea comunicării de masă" (1981, p. 27).

Evreu austriac născut la Viena în 1901, Lazarsfeld susţine doctoratul în matematică la Universitatea din Viena, cu o lucrare pe care a redactat-o efectiv într-o singură noapte, după propriile declaraţii. Cei care l-au cunoscut atestă faptul că punea pasiune nemăsurată în orice făcea, motiv pentru care Robert Lynd afirmă că, în cazul său, călcâiul lui Ahile era curiozitatea intelectuală faţă de orice lucru interesant.

La 24 de ani, predă psihologia şi statistica la Universitatea din Viena, iar în 1927 înfiinţează pe lângă universitate un institut de cercetare, model de organizare pe care îl inaugurează în Europa şi pe care îl va continua şi în SUA. La institutul din Viena, Lazarsfeld începe să aplice metodele din domeniul psihologiei pentru studiul unor probleme sociale şi economice: opţiunile tinerilor în ceea ce priveşte cariera, viaţa într-un sat distrus de şomaj, comportamentul de vot. Accentul asupra metodei a unificat toate cercetările efectuate de către Lazarsfeld atât la Institutul de Cercetare din Viena, cât şi cele efectuate în SUA. În acest sens, lui Lazarsfeld îi plăcea să accentueze că nu este interesat decât de *metodă* şi că misiunea sa, ca om de ştiinţă, este doar aceea de a crea instrumente de cercetare.

După 1930, Lazarsfeld este din ce în ce mai atras de cercetarea de masă, deoarece reprezenta o sursă sigură de fonduri. Era conştient că marile trusturi de presă, posturi de radio, agenţiile de publicitate erau din ce în ce mai preocupate de impactul comunicării de masă şi, prin urmare, erau dispuse să investească sume uriaşe pentru a descifra acest impact.

Încă de pe atunci, cercetările sale au suscitat, într-o manieră unică, interes atât din partea oamenilor de afaceri, cât al cercetătorilor şi al lumii academice în general. Unul dintre meritele sale este că a reuşit să şteargă graniţele dintre orientarea academică, focalizată exclusiv pe teorie, pe cercetare, şi interesul practic al administraţiei şi al firmelor private. Lazarsfeld lansează termenul de „cercetare administrativă", prin care înţelegea cercetare empirică, iniţiată ca răspuns la o frământare publică, la o solicitare a guvernului sau a organizaţiilor mediatice. Direcţionează comunicarea de masă către *studiul efectelor*, jucând rolul de punte între abordarea europeană din ştiinţele sociale (dominată în acea vreme de abordări filosofice şi speculative) şi noile tendinţe care se năşteau în Statele Unite (behaviorismul, abordarea pragmatică, cercetarea cantitativă).

Interesul suscitat de cercetările aplicate, experimentale asupra radioului a fost întreţinut şi ca urmare a abilităţilor organizatorice ale lui Lazarsfeld, care i-au atras faima, singulară, de „cercetător cu abilităţi

manageriale”[1]. De altfel, în memoriile sale, lui Lazarsfeld i-a plăcut să sublinieze că cea mai mare contribuție cu care se poate lăuda este „răspândirea institutelor de cercetare socială în SUA şi consolidarea unui anumit stil de cercetare, a unei metode dominante în cele mai multe dintre acestea” (1969, An Episode in the History of Social Research: A Memoir. În Fleming, Donald, Bailyn, ed. The Intellectual Migration. From Europe and America 1930 – 1960, Cambridge, Massachusetts, The Belknap Press of Harvard Unviersity, p. 128).

În 1933, Lazarsfeld călătorește pentru prima dată în America, iar în 1935 se stabileşte în această țară. În 1937 devine directorul nou-creatului Birou de cercetare a radioului de pe lângă Universitatea Princeton, iar în 1939 se mută la Universitatea Columbia, unde este profesor de sociologie şi conduce Biroul pentru cercetare socială aplicată, birou care va domina cercetarea comunicării de masă aproximativ până în anul 1950. Lazarsfeld colaborează foarte bine în cadrul Departamentului de Sociologie de la Columbia cu Robert K. Merton, întâlnirea celor doi inaugurând o alianță durabilă, între teorie şi cercetare aplicată, alianță care va dura mai mult de 30 de ani.

Odată ajuns în Statele Unite, Lazarfeld este preocupat mai ales de radio. Pe baza numeroaselor studii de audiență (demografice) şi analize de conținut, publică, între 1937 şi 1939, mai mult de 35 de cărți şi articole pe tema presei scrise şi a radioului. În 1940 (decembrie, 24), într-o ediție specială a revistei „Journal of Applied Psychology”, Lazarsfeld formulează o sentință cu caracter vizionar: „cercetarea radioului nu va mai rămâne pentru multă vreme izolată, ci se va integra în domeniul mai amplu al cercetării comunicării”. Meritul său în chiar acest proces de apariție a „domeniului mai amplu al cercetării” nu poate fi subliniat îndeajuns. Lazarsfeld îşi pune amprenta durabilă asupra noului domeniu, orientându-l în direcția studiului efectelor şi pledând pentru ştergerea granițelor dintre orientarea academică, focalizată exclusiv pe teorie şi interesul practic al administrației şi al firmelor private.

5.1. „Votul este, în mod esențial, o exoerință de grup”

După război, Lazarsfeld descoperă grupul ca tampon între mass media şi membrii audienței, iar această descoperire va contribui, printre alți factori, la împlinirea viziunii cu privire la „domeniul mai amplu al cercetării comunicării”. Proiectată pentru a evalua impactul unor emisiuni radiofonice prin care Departamentul american al agriculturii îşi propunea să popularizeze politicile federale în rândul fermierilor, cercetarea

[1] „managerial scholar” (engl.)

condusă de către Lazarsfeld în ținutul Erie (Ohio) va releva faptul că persoanele şi grupurile sociale *selectează* informațiile despre campanie oferite de mass media, că mass media nu reuşesc să atingă decât un *număr redus de persoane*, că grupurile reuşesc să ridice un adevărat zid protector în fața influențelor mass media. Rezultatele cercetării vor fi publicate în 1944, în cartea *People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Election* (Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson şi Hazel Gaudet).

Lazarsfeld descoperă, chiar spre propria surprindere, stabilitatea remarcabilă a atitudinilor politice, faptul că, independent de calitatea unei campanii electorale, votul este influențat de o serie de variabile "exterioare", preexistente: statusul economico-social, religia, vârsta, rezidența. Variabilele vor fi reunite sub termenul "indexul predispozițiilor politice", care influențează într-o manieră decisivă votul. Aşadar, relevă Lazarsfeld, alegerea nu este operată deloc de către oameni, aşa cum ar sugera-o titlul lucrării – Cum aleg oamenii – ci de indexul predispozițiilor politice.

Acesta nu influențează numai votul, ci, important pentru înțelegerea efectelor comunicării, selectivitatea la mesajele mass media. O predispoziție puternică, o convingere anterioară bine consolidată, conduc la o selectivitate severă. Persoana sau persoanele respective sunt foarte puțin „atinse" de mesajele care nu corespund propriilor convingeri. Din acest motiv, efectul cel mai pregnant al campaniei electorale este cel de consolidare a opțiunilor pe care oamenii le au deja. Următorul efect, foarte apropiat de primul, este de activare a predispozițiilor latente de care alegătorii nu sunt pe deplin conştienți. Adunate, cele două efecte care vorbesc despre ce preexistă mesajului media, într-o formă mai mult sau mai puțin conştientizată, se înregistrează pe aproape 70% dintre votanți.

Cercetarea coordonată de Lazarsfeld relevă şi alt fapt neaşteptat: discuțiile față în față reprezentau o sursă de informații cel puțin la fel de importantă, dacă nu mai bogată decât radioul şi presa scrisă. În afirmația "votul este, în mod esențial, o experiență de grup" (p. 136), identificăm marea descoperire a lui Lazarsfeld: în modelarea opiniilor, inclusiv în modelarea comportamentului de vot, *rolul esențial este deținut de către grup*. Grupul reprezintă o matcă de conservare a unor valori şi moduri de abordare, exercitând asupra membrilor săi constrângeri de netăgăduit. Preocupat de modul în care grupurile protejează individul în fața influențelor externe – inclusive cele ale media, Lazarsfeld descoperă liderii de opinie, persoanele cele mai active ale grupului, cele mai sensibile față de interesele comune şi cele mai preocupate să-şi exprime punctele de vedere în probleme de interes mai general. Prima funcție a liderilor de opinie este cea de *mediere* între mass media şi ceilalți membri

ai grupului: „ideile curg de la radio şi din presa scrisă către liderii de opinie şi apoi către segmentele mai puțin active ale populației" (p. 151). Traseul informației se compune din două etape principale: de la mijloacele de comunicare la liderii de opinie şi de la aceştia la membrii grupului mai puțin interesați de problemele publice. Aşa a apărut teoria celor *doi paşi ai fluxului de informații*, care va marca noua paradigmă în studiul comunicării de masă.

5.2. Efectele mass media sunt cumulate şi pe termen lung

Rolul esențial al grupului şi liderilor de opinie pretinde o reponderare a rolului mass media, perspectivă care va iniția ceea ce literatura de specialitate va numi „paradigma efectelor limitate" ale mass media. O analiză mai atentă a lucrărilor lui Lazarsfeld sugerează că o denumire mai corectă – sau oricum mai puțin susceptibilă de a naşte interpretări –este "paradigma efectelor nuanțate", deoarece sociologul relevă multe arii unde influența mass media este semnificativă, directă, chiar puternică.

Cercetări recente au atras atenția că viziunea lui Lazarsfeld despre influența media este mult mai complexă şi mai nuanțată decât este prezentată. Ilustrativ în acest sens este şi articolul lui Peter Simonson şi Gabriel Weiman, „Critical Research at Columbia: Lazarsfeld's and Merton's Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action" în Elihn Katz, John Durham Peters, Tamar Lielies and Avril Orloff (edits) (2003) Canonic Texts in Media Research, Cambridge, Polity Press.

Lazarsfeld evidențiază faptul că mass media influențează, fie şi doar la nivel de temă de temă de conversație – liderii grupurilor; că mass media reuşesc să convertească atunci când acordă importanță problemelor de care oamenii nu sunt foarte preocupați înainte, problemelor aparent inofensive, față de care nu există opinii sau față de care opiniile sunt difuze; că probabilitatea pentru efectul de convertire creşte în cazul în care nu se lansează un atac frontal asupra opiniilor existente, iar noul punct de vedere este construit gradual. În alți termeni, Lazarsfeld nu neagă existența efectelor – chiar puternice – pe care media le au asupra audienței, ci atrage într-un mod convingător atenția asupra unui adevăr: condițiile în care mass media au efecte asupra audienței sunt mult mai complexe decât şi-au imaginat primii cercetători media. Mai mult, autorul manifestă interes pentru evidențierea efectelor macro ale mass media, afirmând, încă din 1942 că „Mass media contribuie la menținerea actualului sistem social şi economic ... Dacă suntem de acord că mass

media au o influenţă asupra audienţei, această influenţă se exercită nu numai în virtutea a ceea ce se spune, ci, mai semnificativ, din ceea ce nu se spune. Mass media consolidează status quo-ul şi, în aceeaşi măsură, evită să ridice întrebări esenţiale cu privire la structura socială ... Din moment ce mass media – care urmează interese comerciale – încurajează susţinerea, în cea mai mare parte necondiţionată şi necritică, a structurii sociale existente, este greşit să ne imaginăm că ele pot produce schimbarea, chiar o schimbare minoră, a acestei structuri" (1942, 24).

Lazarsfeld este conştient şi de faptul că cercetarea mass media este lipsită de perspectiva istorică, ceea ce poate duce la unele concluzii pripite privind impactul lor social. Examinate pe termen scurt (prin termen scurt, Lazarsfeld înţelegea o perioadă de 15 ani), este posibil ca efectele mass media să pară nesemnificative; iar impactul autentic al mass media nu poate fi surprins decât dacă sunt avute în vedere efectele lor cumulate de-a lungul unor intervale lungi de timp. Într-un raport de cercetare, Lazarsfeld evidenţiază dificultatea, dacă nu imposibilitatea de a evalua efectele radioului asupra audienţei la doar 15 ani de la apariţia acestui nou mijloc. Pentru a se face mai bine înţeles, Lazarfeld face o paralelă cu un profesor care, în jurul anului 1500, ar fi trebuit să scrie un studiu despre efectele tiparului asupra societăţii medievale. „După minuţioase studii empirice, ar fi fost foarte posibil ca profesorul să tragă concluzia că tiparul nu are decât efecte vagi: în primul rând, tipărirea este atât de scumpă, încât nu poate concura activitatea de copiere a manuscriselor de către călugării din mănăstiri; în al doilea rând, puţină lume ştie să citească, deci, care ar fi avantajul că există posibilitatea de a tipări şi răspândi un mare număr de copii tipărite? Religia este singura problemă care contează în jurul acestui an, dar aceasta este o problemă pentru amvon, o experienţă individuală, nu reprezintă o preocupare pentru materialele tipărite. Ca urmare a acestor motive, este foarte clar că tiparul nu are nici un efect asupra societăţii, iar problema este definitiv rezolvată (Personal memoir, 320).

Prin urmare, Lazarsfeld este conştient, vizibil frământat de incredibila forţă a mass media de a menţine status-quo-ul (efect puternic, am putea spune); de limitările la care este supusă cercetarea mass media; de funcţiile macro pe care le exercită în societate. În lumina acestor preocupări, reproşurile şi criticile care i s-au adus – că a direcţionat cercetarea comunicării doar în direcţia efectelor la nivel individual, că, dată fiind alianţa pe care a făcut-o cu establishment-ul guvernamental şi mediatic – a căutat să minimalizeze efectele mass media, să alunge îngrijorarea în legătură cu amploarea acestora – par cel puţin surprinzătoare.

6. Lasswell – patru contribuţii cu valoare întemeietoare

Întrucât am vorbit, în acest capitol, despre fondatori şi precursori, vom face, în continuare, câteva referiri la cel de-al doilea „fondator" al disciplinei comunicării, Harold Lasswell. Profesor de ştiinţe politice, Lasswell publică, în 1927, teza de doctorat cu titlul *Propaganda Technique in the Vorld War*, o analiză de conţinut a mesajelor propagandistice din timpul primului război mondial.

Laswell înscrie patru contribuţii care vor fi integrate ca domenii distincte ale comunicării: formula celor cinci C, analiza propagandei, funcţiile mass media şi analiza de conţinut.

a) Formula lui Lasswell

Între 1939 şi 1940, Lasswell ia parte activă la Seminarul Fundaţiei Rockfeller pentru Studiul Comunicării de Masă, care se ocupa de strategiile de comunicare a guvernului american în eventualitatea unui război. Se consideră că la baza întregii activităţi a seminarului s-a aflat formula lui Lasswell, probabil cel mai cunoscut enunţ din domeniul comunicării: Cine (Who)? – Ce spune (says what)? – Prin ce canal (in which channel)? – Cui (to whom)? – Cu ce efect (with what effect)? Formula a avut menirea de a structura discuţiile despre comunicare dar, la fel de semnificativ, a definit elementele fundamentale ale procesului de comunicare. Fiecare întrebare, deci fiecare element component al procesului de comunicare, a reprezentat obiectul de studiu al unui domeniu de cercetare distinct, care, cu timpul, a devenit un câmp de analiză de sine stătător:

- cine? (emiţătorul – analiza instituţiilor media);
- ce? (mesajul – analiza de conţinut);
- prin ce canal? (canalele de transmitere – determinismul tehnologic);
- cui? (audienţa – studiile despre audienţă, despre receptare);
- cu ce efect? (efectul – studiul efectelor).

b) Analiza propagandei

Într-o perioadă în care propaganda era considerată extrem de eficientă, iar capacitatea de rezistenţă la mesajele publicitare foarte redusă, Lasswell îşi publică teza de doctorat pe acest subiect. Abordarea propagandei din această lucrare este „calitativă şi critică", poziţia autorului integrându-se atitudinii generale în epocă de a demasca efectele propagandei, de a adopta o atitudine critică faţă de acest tip de activitate. Ulterior, demersul autorului american devine preponderent empiric şi cantitativ. În timpul celui de-al doilea război mondial, Lasswell apelează la materiale de arhivă pentru a-şi întemeia aserţiunile, realizează chiar şi câteva interviuri cu oficiali europeni pe marginea tehnicilor de persuasiune folosite în timpul războiului. Remarcăm evoluţia ce se

înregistrează în concepția autorului, care nu este doar rezultatul influenței epocii, ci şi al maturizării disciplinei ca atare.

În urma cercetărilor efectuate, Lasswell formulează unele aprecieri despre caracterul conflagrației, care nu pot să nu atragă atenția. De pildă, faptul că războiul modern este un război total; un conflict în care contează mult nu numai generalii şi trupa, ci şi opinia publică. De aceea, „propaganda este cel mai puternic instrument în lumea modernă", pentru că modelează opinia publică, o poate convinge, orienta către anumite probleme.

Aşa cum este definită propaganda de către Lasswell, apare limpede legătura cu un alt concept fundamental al comunicării, anume persuasiunea. Ambele demersuri reprezintă tipuri de comunicare orientate către un scop, acela de a schimba atitudinea unui grup, comunități etc. Persuasiunea se împlineşte mai ales în cadrul comunicării interpersonale, al comunicării față în față. Chiar atunci când urmăreşte sădirea unor convingeri la nivelul unor grupuri mari, prin intermediul mjloacelor de comunicare în masă, de fapt nu face decât să furnizeze materie primă, argumente pentru discuțiile personale, acolo unde are loc persuasiunea. În al doilea rând, propaganda este unidirecțională, în timp ce persuasiunea este interactivă (chiar dacă la nivel intențional este şi ea unidirecțională, în sensul că o sursă încearcă să convingă un receptor). În alți termeni, persuasiunea implică un *feedback* puternic şi constant; altfel, ea nu se poate realiza. De aceea, consideră Lasswell, propaganda este „un act de persuasiune la nivel de masă".

c) Analiza de conținut

Un alt domeniu în care Lasswell înscrie o contribuție întemeietoare este analiza de conținut. Lasswell pune la punct o adevărată metodologie de cercetare, delimitează etape de analiză, interpretează rezultatele. Cercetătorul american îşi perfecționează metoda în perioada premergătoare celui de-al doilea război mondial şi în timpul conflagrației propriu-zise. Prima cercetare de mai mare amploare este efectuată asupra manualelor şcolare germane; scopul urmărit era de a delimita, cuantifica şi, apoi, interpreta referirile la teme şi probleme precum „superioritatea națională", „inferioritatea străinilor", „calitățile eroului".

Odată cu cercetările din timpul războiului, Lasswell trece, ca şi în cazul propagandei, de la o abordare preponderent critică, calitativă, la una cantitativă, statistică. În anii 1940, 1941, Lasswell analizează mesajele propagandistice atât ale Aliaților, cât şi ale puterilor Axei. Împreună cu 60 de angajați ai Departamentului american de Justiție, Lasswell aplică metodele analizei de conținut pe 90 de ziare străine, pentru a identifica manifestări ale propagandei adversarului. De exemplu, era examinată frecvența de apariție a cuvintelor „război", „pace", „națiune", „imperialism". Concluzia: mesajele ziarelor germane sau cu orientare

pro-germană transmit ideea că alte naţiuni purtau responsabilitatea pentru declanşarea războiului, că propaganda franceză şi britanică era în totalitate falsă, că duşmanii germanilor treceau printr-o perioadă de decadenţă.

d) Funcţiile media

Lasswell defineşte funcţiile majore ale mass media într-o modalitate care, după aceea, nu a mai putut fi ignorată. În orice abordare de prestigiu a acestei probleme, funcţiile definite de către Lasswell se menţin. Cel mult, se adaugă alte funcţii, care variază de la autor la autor. Astfel, Lasswell consideră că presa îndeplineşte trei funcţii importante:

- de supraveghere a lumii, cu scopul de a relata evenimentele care au loc;
- de interpretare a înţelesului acestor evenimente;
- de socializare.

Supravegherea este cea mai cunoscută funcţie a presei. Ea are aici un sens propriu: media trebuie să relateze evenimente, fapte, situaţii noi. Funcţia de supraveghere implică selecţia faptelor şi evenimentelor care trebuie relatate. Selecţiile succesive care conduc la apariţia materialului de presă reconfigurează evenimentul, îl "dilată" sau îl restrâng ca pondere, îl poziţionează.

Funcţia de intepretare, definită prima dată de Lasswell, a rămas printre funcţiile clasice ale media, de nimeni negate. Există cel puţin două accepţiuni ale termenului de "intepretare". Un sens restrâns, implicat în însăşi acţiunea de selecţie. Când se selectează, implicit se intepretează, iar ponderea acordată unui material este prima intepretare a semnificaţiei sale. Este, apoi, vorba, despre interpretarea explicită a evenimentului relatat; niciodată presa nu se limitează la a furniza doar informaţii despre un eveniment: ea face referire la cauzele sale, îl plasează într-un context şi încearcă să evalueze consecinţele. În felul acesta, induce o anumită percepţie socială a evenimentului. Odată cu evenimentul, media livrează şi înţelesul său, o primă prelucrare şi intepretare, modelând, astfel, opinia publică.

Socializarea, cea de-a treia treia funcţie menţionată de Lasswell, exprimă contribuţia mijloacelor de comunicare în masă la însuşirea valorilor care facilitează integrarea socială a individului. Lasswell a sesizat cu acuitate o tendinţă care avea să fie confirmată mult mai târziu prin intermediul cercetărilor empirice. Principalul stoc de informaţii pe care tinerii îl deţin referitor la lumea politică este însuşit din media şi nu de la instituţiile menţionate. Media au erodat puterea celorlalte instituţii simbolice şi au devenit un actor de primă mărime în câmp simbolic. Ele au o pondere din ce în ce mai mare în socializarea şi resocializarea individului.

7. Hovland şi studiile despre persuasiune

În perioada în care comunicarea se impune ca fenomen cu evoluție explozivă, Hovland era unul dintre cele mai promițătoare nume ale psihologiei sociale în America, fiind deja celebru pentru background-ul său metodologic, deosebit de solid. La fel ca Lazarsfeld şi ca Lasswell, este atras de noul domeniu, care promitea să îi ofere un vast câmp de investigație. Contribuția sa majoră la descifrarea – pe bază experimentală – a mecanismelor aflate la baza persuasiunii, a comunicării interpersonale, este de acelaşi ordin cu contribuția lui Lazarsfeld în privința comunicării de masă. Hovland va supune experimentului ipoteze, intuiții, enunțuri percutante în legătură cu persuasiunea – unele formulate cu sute de ani în urmă. Meritul său nu este, din acest motiv, diminuat. Dimpotrivă, prin experiment, prin programe de cercetare riguroase, Hovland a recuperat în câmpul comunicării o întreagă tradiție de gândire, iar din întâlnirea cu experimentul, respectiva tradiție a ieşit consolidată. Aşadar, contribuția cercetătorului american este dublă: pe de o parte, a adus în centrul preocupărilor despre comunicare tema persuasiunii şi a introdus, pentru cercetarea acestei teme, metoda experimentală.

Hovland ajunge să studieze în mod sistematic efectele comunicării într-un context particular. După atacul japonez din 1941 asupra portului Pearl Harbor, SUA se află în stare de război, dar cu o armată total nepregătită şi dezorganizată. O problemă esențială era lipsa de informare a recruților cu privire la cauzele războiului, care antrena lipsa motivației de a lupta. Responsabilii din armata americană erau preocupați să le mențină recruților moralul ridicat, să le cultive entuziasmul şi loialitatea. Pentru mobilizarea soldaților, şeful de stat major al armatei comandă o serie de filme documentare care să ofere informații obiective despre război şi care să mobilizeze soldații, să îi motiveze pentru a lupta departe de casă.

Seria de filme intitulată Why We Fight a fost analizată printr-un proiect de cercetare de o amploare impresionantă, coordonat de către Hovland. Rezultatele cercetărilor au fost publicate, în 1949, în cartea *Experiments on Mass Communication*, publicată în 1949 (Carl Hovland, Arthur A. Lumsdaine şi Fred D. Sheffield).

Principala descoperire făcută de Hovland în urma cercetărilor empirice a fost aceea că filmele

a) au avut efecte semnificative în ceea ce priveşte *acumularea de cunoştințe şi informații* (efect *puternic*);

b) au avut efecte moderate asupra *orientării opiniei*;

c) au avut efecte minore asupra *atitudinilor*;

d) nu au avut nici un efect în ceea ce priveşte moralul şi motivaţia de a lupta.

Descoperirea a primit în literatura de specialitate denumirea de „ierarhia efectelor” (William McGuire).

Alte corelaţii („legi ale persuasiunii”) pe care le enunţă Hovland, pe baza cercetării experimentale:

a) timpul amplifică, în anumite situaţii, sub influenţa anumitor evenimente efectul iniţial, acesta nu este conştientizat de către cel supus influenţei decât după o perioadă de timp („sleeper effect”, “efectul de hipnoză”).

b) schimbarea opiniei este direct proporţională cu creşterea nivelului de cunoştinţe acumulate;

c) opiniile formate pe baza diverselor informaţii durează în timp chiar şi după ce respectivele informaţii au fost uitate; cu alte cuvinte, opiniile rezistă şi fără baza informaţională care le-a creat, nu suferă acelaşi proces de degradare pe care îl suferă informaţiile propriu-zise;

d) argumentele pro sunt mai eficiente atunci când se adresează persoanelor cu nivel de instruire scăzut şi când persoanele supuse persuasiunii nu cunosc sau nu acces şi la argumentele contra; atunci când cei supuşi persuasiunii cunosc atât argumentele pro, cât şi argumentele contra, prezentarea doar a celor pro poate avea efect de bumerang; dozajul de argumente pro şi contra trebuie să ţină seama şi de poziţia iniţială a audienţei – dacă aceasta are o predispoziţie favorabilă opiniei care se doreşte transmisă, atunci argumentele pro sunt indicate, dacă poziţia iniţială nu este favorabilă, prezentarea argumentelor pro şi contra este obligatorie.

Experienţa dobândită în urma cercetărilor din timpul războiului îi consolidează lui Hovland statutul de personalitate de primă mărime a psihologiei experimentale în SUA. După război, cercetătorul se întoarce la Universitatea Yale, unde va iniţia un program de cercetare a persuasiunii. Cercetările de la Yale sunt preponderent teoretice, sau, mai corect, ghidate de dorinţa de a formula enunţuri teoretice (theory-driven). Nu mai au caracterul preponderent pragmatic al demersurilor din timpul războiului, iar preocuparea de bază acum este aceea de a formula şi de a testa ipoteze cu privire la efectele comunicării, de a articula o teorie cu privire la persuasiune. Evoluţia lui Hovland de la experimentele din timpul războiului la programul de cercetare al Universităţii Yale este simbolică pentru o tranziţie, o maturizare a cercetării experimentale: de la experimentul cu rol de tatonare la experimentul care se bazează pe o schemă ipotetico-deductivă.

Dintre ipotezele şi enunţurile care au suscitat cel mai mare interes amintim:

- cu cât o persoană se simte mai legată de grupul căreia îi aparţine, cu atât atitudinile şi opiniile sale se conformează opiniei majoritare în cadrul respectivului grup;
- în timp, prestigiul/credibilitatea sursei nu mai au aceeaşi influenţă asupra schimbării opiniei, mai important pentru menţinerea opiniei este conţinutul propriu-zis; credibilitatea sursei, respectiv lipsa de credibilitate au efect maxim (pozitiv sau negativ) doar în momentul comunicării, efectul se estompează odată cu trecerea timpului şi în prim plan rămâne conţinutul mesajului;
- apelul la ameninţări/consecinţe negative trebuie să fie moderat, altfel mesajul poate îndepărta receptorul, poate produce efectul contrar.

Cercetările întreprinse de către Hovland sunt importante pentru că propun o viziune coerentă despre persuasiune şi regularităţile sale. Ceea ce a urmat în acest domeniu a trebuit să ţină cont de poziţia elaborată la timpul său de către echipa condusă de Hovland. De aceea, aceste studii au căpătat o semnificaţie clasică. Ele se cer apreciate prin valoarea în sine a cercetărilor şi, deopotrivă, prin ceea ce au pregătit, au favorizat, sau chiar prin reacţiile pe care le-au determinat. În acest sens, Kapferer avea dreptate să remarce faptul că studiile de pionierat conduse de Hovland s-au dovedit a fi „o rampă de lansare pentru viitoarele cercetări”.

La fel ca Lazarsfeld, Hovland îndreaptă cercetarea comunicării în direcţia efectelor. Studiile sale cu privire la persuasiune au arătat că este posibil ca prin anumite forme de comunicare să fie transmise informaţii către un mare număr de oameni într-o perioadă scurtă de timp. Prin comunicare, se pot înregistra schimbări ale opiniilor, schimbări ale modului în care sunt interpretate informaţiile oferite. Într-o oarecare măsură, schimbarea opiniei şi a interpretărilor persistă în timp. Cercetările nu au relevat influenţe semnificative asupra atitudinii şi comportamentului, impactul limitându-se, în principal, la acumularea de informaţii şi orientarea opiniilor. Hovland şi colaboratorii au pregătit, astfel, terenul pentru alte cercetări care au consolidat paradigma efectelor limitate ale mass media. Ceea ce, pe termen lung, s-a dovedit a fi unul dintre principalele rezultate ale acestor studii.

8. Kurt Lewin

Contribuţia lui Kurt Lewin – apreciată drept întemeietoare – la apariţia studiului sistematic al comunicării poate fi explicată în cel puţin trei registre:

1. pledează pentru abordarea empirică, experimentală a fenomenelor psiho-sociale, subliniind că esenţa ştiinţei – inclusiv a ştiinţelor

sociale – o reprezintă articularea teoriilor care pot fi testate empiric;
2. aduce în centrul atenției grupul, plasându-l în inima proceselor de comunicare şi a teoriilor despre comunicare;
3. face cercetare aplicată pentru a înțelege procesele de comunicare, modul cum se propagă influența în cadrul grupurilor.

Vom detalia, în continuare, fiecare dintre aceste contribuții.

Demersul este prin forța lucrurilor limitativ, Lewin este un cercetător şi un gânditor a cărui influență covârşitoare asupra psihologiei sociale, dinamicii grupurilor nu poate fi subliniată îndeajuns. Ceea ce încercăm în acest subcapitol este să evidențiem contribuția – indirectă uneori, dar nu mai puțin semnificativă – la cercetarea fenomenelor de comunicare.

a) "Nimic nu e mai practic decât o teorie bună"

Lewin îşi începe cariera de cercetare la Universitatea din Berlin. După susținerea doctoratului, devine cunoscut atât în Germania, cât şi în Statele Unite. Perioada berlineză este marcată de un interes marcat pentru procesele mentale individuale. În 1930, este invitat la Universitatea Stanford, iar în 1933, dată fiind înrăutățirea situației politice în Germania, se stabileşte definitiv în Statele Unite. Din 1933 predă la Universitatea din Iowa, moment în care interesele sale fundamentale cunosc o reorientare către psihologia socială a grupurilor mici, către efectele pe care le are comunicarea în cadrul grupurilor asupra individului, către teme precum prejudecățile, stilurile de conducere, schimbarea obiceiurilor alimentare; concomitent, are loc o reorientare către cercetarea aplicată, de tip experimental.

Luptând uneori în contra curentului din mediile academice şi intelectuale americane, Lewin reuşeşte să impună ideea teoreticianului aplicat şi subliniază în repetate rânduri că practica trebuie ghidată de teorie, iar teoriile trebuie verificate/testate prin aplicarea lor în situații de viață reale. Este necesar ca teoriile, în opinia lui Lewin, să reziste testului empiric şi să-şi demonstreze relevanța practică: "cercetarea care nu produce nimic altceva decât cărți nu este suficientă" (Nicolau, 102).

De ce experimentul este atât de important pentru ştiințele sociale? Lewin observă că ştiințele sociale se confruntă cu o problemă majoră, existențială am putea spune: li se neagă chiar obiectul de studiu. De exemplu, unui fizician îi vine greu să creadă că "atmosfera de grup", „atmosfera politică" sau "spațiul social" reprezintă ceva real, că "stilul de conducere" este o entitate socială observabilă, a cărei descriere din partea cercetătorului poate trece dincolo de observațiile sale subiective. Experimentul ridică tocmai această interdicție de a crede în existența entităților sociale.

Preocupat de a injecta spirit empiric, aplicat, în cercetarea socialului, Lewin respinge opacitatea conceptuală şi nu cade în extrema de a minimaliza efortul de conceptualizare, de generalizare, virtuțile teoriei. Se manifestă deschis împotriva ideii că experiența practică poate duce la o cunoaştere clară. Dacă acest lucru ar fi adevărat, atunci toată experiența de sute de ani a regilor, preoților, politicienilor, educatorilor, părinților care au încercat să influențeze grupuri mai mari sau mai mici ar fi trebuit să conducă la înmagazinarea înțelepciunii, la formularea unor legi clare privind influența. Lucru care nu se întâmplă deoarece practicienii (regi, preoți etc) se concentrează doar asupra simptomelor direct observabile, asupra variabilelor comportamentale. Este ca şi cum fizicianul ar fi precupat doar de citirea instrumentelor, şi nu de legile care exprimă relații dintre entități dinamice subiacente, cum ar fi presiunea, energia, temperatura. Cercetătorul fenomenelor psihosociale trebuie să găsească aceste entități dinamice subiacente, să stabilească relații între ele şi să urmărească, pur şi simplu, mişcările acului indicator ale unui instrument (Frontiere în dinamica grupurilor. Concept, metodă şi realitate în ştiința socialului, echilibre sociale şi schimbare socială, articol publicat în Human Relations, vol. 1, nr. 1, iunie 1947, 5-41).

În acest context se explică motto-ul care l-a făcut celebru, "nimic nu e mai practic decât o teorie bună".

b) "Individul acționează în principal ca membru al unui grup"

Lewin reuşeşte performanța să convingă mediile academice şi intelectuale că grupul reprezintă un obiect de interes teoretic şi metodologic.

Grupul este definit nu prin similaritatea unui set de trăsături sau altul ci de două tipuri de interdependență:

- cea dintre destinul individual şi destinul grupului;
- interdependența scopurilor/ sarcinilor.

Grupul înzestrează individul cu respect față de sine, dar şi cu sentimente, atitudini, pregigurează modalitățile de răspuns ale individului la realitate. Identificarea cu grupul oferă individului un punct de vedere, o perspectivă, un set de înțelesuri deja constituite. De aceea, atunci când individul recepționează un mesaj în procesul de comunicare, înțelesul mesajului este determinat, în parte, de grupul său de apartenență.

Lewin concepe fenomenele psihosociale sub forma unor câmpuri aflate într-un echilibru cvasistabil. Atunci când individul este supus persuasiunii, forța care îl împinge să se îndepărteze de norma de grup creşte. Pentru menținerea echilibrului, creşte şi forța opusă – rezistența la schimbare. În acest caz, nu este eficient ca efortul de persuasiune să fie intensificat, acest lucru doar ar creşte intensitatea forței opuse, de rezistență la schimbare. Schimbarea se obține doar dacă se schimbă

norma de grup, dacă adeziunea la norma de grup scade în intensitate, dacă individul nu îi mai acordă aceeaşi valoare. Numai atunci rezistența la schimbare nu se mai manifestă, deoarece nu mai are în contra a ce să se formeze.

Acestea sunt motivele care explică superioritatea deciziei de grup față de decizia individuală. Atunci când individului i se aplică metode individuale, se manifestă rezistența la schimbare, acesta manifestă ataşament la un standard, la o normă. Dacă se schimbă standardele de grup, se obțin atât schimbarea la nivel individual, cât şi stabilizarea comportamentului la noul nivel (cu alte cuvinte, schimbarea este durabilă).

Experimentele realizate de către Lewin pentru investigarea unor teme dintre cele mai diverse – obiceiurile alimentare, producția industrială, criminalitatea, prejudecățile – au demonstrat, contrar simțului comun, că este mai simplu să schimbi indivizi constituiți în grupuri decât indivizii luați separat. Studiind, de exemplu, trecerea de la consumul de pâine albă la pâine graham, Lewin descoperă că, dacă se aplică metode individuale, contează preferința fiecărui individ pentru un anumit tip de pâine. În cazul deciziei de grup, dorința de schimbare pare relativ independentă de preferința individuală: "individul apare ca acționând în principal ca membru al grupului" (Nicolau 91). Lucru poate şi mai surprinzător, concluziile se mențin nu numai în cazul grupurilor sudate, ci şi în cele constituite ocazional.

c) Dintre experimentele făcute de Lewin în timpul celui de-al doilea război mondial cu privire la modificarea obiceiurilor culinare, celebre au rămas cele care au studiat gospodinele din statul Iowa, modul în care acestea puteau fi convinse să folosească mai mult măruntaiele de vită (inima, ficatul, rinichii). Trei motive au stat la baza demersului său: produsele respective erau cel mai puțin preferate de către gospodinele din Iowa; alimentele scumpe, aflate în topul preferințelor, erau raționalizate în timpul războiului. Administrația americană era preocupată de găsirea modalităților prin care consumul măruntaielor să crească; experimentul constituia o excelentă ocazie pentru ca Lewin să îşi urmărească interesele teoretice şi metodologice în ceea ce priveşte grupurile, decizia de grup ca metodă de schimbare, propagarea influenței în cadrul grupurilor.

În urma experimentelor, Lewin arată că schimbarea comportamentului se realizează în trei paşi:

- *dezgheţarea* (invalidarea nivelului precedent L1);
- *schimbarea* (mişcarea către noul nivel L2);
- *îngheţarea* (fixarea vieții de grup la noul nivel L2).

Există cazuri numeroase când comportamentul unui individ se schimbă (sunt parcurse primele două etape), dar schimbarea nu este de

durată. Cel care decide trecerea de la schimbare la o nouă perioadă de înghețare este *grupul*.

Decizia de grup este eficientă deoarece experimentele nu au încercat să provoace o schimbare a obişnuinţelor alimentare abordând individul ca atare. Ele nu au uzat nici de abordarea de masă, caracteristică propagandei prin radio şi presă. "Ambele plasează individul într-o situaţie cvasiprivată şi psihologic izolată faţă de el însuşi şi propriile idei" (123), de unde ineficienţa lor. În schimb, "modificările susţinute de grup ţintesc individul ca membru al unui grup". Decizia de grup are efect de statornicire, datorat, pe de o parte, tendinţei individului de a rămâne pe poziţie şi "angajamentului faţă de grup", pe de alta (92).

În timpul aceloraşi experimente, Lewin descoperă că *femeile joacă rolul de gatekeeper*-i pentru noile alimente sau obiceiuri culinare. Gospodinele hotărăsc dacă un anumit fel de mâncare este servit sau nu. Lewin plasează problema într-un cadru mai larg şi subliniază semnificativ: "dacă ne confruntăm cu producerea unor schimbări sociale masive, cum ar fi schimbarea obiceiurilor culinare ale unei populaţii prin mijloace educaţionale, apar anumite probleme esenţiale … Ar trebui oare să se apeleze la radio, afişe, prelegeri sau alte metode pentru a schimba în mod eficient ideologia şi acţiunea de grup? Ar trebui abordată întreaga populaţie de bărbaţi, femei sau copii care sunt pe cale de a-şi schimba obiceiurile culinare? Sau ar fi suficientă şi chiar mai eficientă concentrarea asupra unei părţi strategice a populaţiei? Altfel spus, toţi membrii populaţiei au o importanţă egală în determinarea a ceea ce se consumă? Dacă nu, ar trebui acordată o atenţie sporită celor mai importanţi dintre ei. La prima vedere, s-ar părea că gospodina joacă un rol deosebit în alegerea hranei. În măsura în care acest lucru s-a dovedit corect, o campanie educaţională eficientă ar trebui să vizeze gospodinele" (95).

În cazul studiat, alimentele ajung pe masă prin anumite canale (cel mai important fiind cumpărarea de la magazinul alimentar). Anumite zone din cadrul canalului funcţionează ca "porţi", iar secţiunile acestora sunt conduse de reguli imparţiale sau de "paznici". În ultimul caz, "un individ sau un grup are puterea de a lua decizia: înăuntru sau în afară. Pentru a putea înţelege mecanismul de funcţionare a porţii, trebuie înţeleşi factorii care determină deciziile paznicilor; schimbarea unui proces social poate fi realizată prin influenţarea sau înlocuirea paznicilor" (98). Prin urmare, orice demers de schimbare socială are drept primă sarcină identificarea paznicilor, a persoanelor aflate în poziţii-cheie.

Modul de funcţionare a canalelor, porţilor, paznicilor este valabil şi pentru "circulaţia unei ştiri printr-un canal de comunicare, pentru circulaţia mărfurilor şi deplasarea socială a persoanelor din diverse organizaţii (98). Această din urmă frază este cea care a inaugurat o

adevărată tradiție de cercetare cu privire la gatekeeper-i. În 1949, sugestia lui Lewin cu privire la extinderea conceptului de gatekeeper la comunicarea de masă este preluată de D. M. White care, timp de o săptămână, va studia îndeaproape comportamentul unui redactor, d-l Gates. Studiul său va inaugura o linie de cercetare, urmând ca de acum încolo să fie studiate mai ales aspectele instituționale care intervin în procesul de selecție. Cercetările vor evidenția faptul că *gatekeeper*-ii nu iau decizii şi nu acționează în vid, ci selecția se face pe baza a două criterii: concepțiile momentului cu privire la rolul pe care presa trebuie să-l joace într-o societate şi cerința presantă de a atrage şi menține audiențele. Ce anume consideră audiențele că este interesant la un moment dat, constrângerile la care sunt supuse instituțiile mediatice de a acționa pentru a obține profit, tipul de organizare a industriei mediatice, toate influențează selecția şi ierarhia evenimentelor.

9. Studiul comunicării, un adevărat criteriu modernitate. Rolul lui Wilbur Schramm

Viziunea lui Lazarsfeld cu privire la domeniul mai amplu al cercetării comunicării coincide cu cea a lui Schramm, care imagina comunicarea ca o ştiință behaviorist/empirică, integrată şi integratoare. Dacă cercetarea comunicării cu greu poate fi imaginată în afara contribuțiilor de natură teoretică şi metodologică ale lui Lazarsfeld, la fel stau lucrurile în cazul lui Schramm, în ceea ce priveşte contribuțiile de natură instituțională. Motiv care îl îndreptățeşte – cel puțin parțial – pe Everett Rogers să considere că mitul celor patru fondatori reprezintă o suprasimplificare a istoriei comunicării, deoarece nu face diferența între predecesori şi fondatori. În concepția sa, G. Tarde, G. Simmel, R. E. Park, G. H. Mead, K. Lewin, H. Lasswell, C. Hovland, C. Shannon sunt doar predecesori. Contribuțiile intelectuale ale acestora la studiul comunicării sunt semnificative, dar nu sunt suficiente pentru a-i considera fondatori. Autorul american acordă titlul de „fondator" al comunicării lui Wilbur Schramm, cel care pune bazele primelor programe doctorale din lume în comunicarea de masă, editează primele manuale universitare de comunicare şi instituționalizează domeniul prin înființarea de facultăți de profil sau departamente în cadrul altor facultăți.

Esențial pentru Rogers este faptul că „fondatorii" numiți de Berelson şi Schramm veneau dinspre ştiințele sociale de bază şi făceau cercetări pentru a testa teorii, ipoteze care țineau, de fapt, de disciplinele de bază. Politologul era interesat de modul în care ziarul influențează votul, psihologul de schimbările de atitudine intervenite după ascultarea radioului, iar sociologul era preocupat de delicvența juvenilă provocată de mass media. Odată finalizate cercetările, aceştia reveneau la specializările

inițiale. Un argument suplimentar în folosul acestei abordări: discipolii celor patru „fondatori" nu au devenit specialişti în comunicare, ci au rămas în interiorul disciplinelor îmbrățişate inițial.

Chiar dacă poziția lui Rogers nu poate fi susținută în totalitate, trebuie subliniat faptul că Schramm are, într-adevăr, meritul ieşit din comun de a construi „infrastructura academică şi de cercetare" fără de care nu putem înțelege devenirea ulterioară a comunicării. Absolvent de istorie şi ştiințe politice, doctor în literatură engleză, Wilbur Schramm este un cercetător de relief în domeniul comunicării, dar este şi un mare organizator al studiului comunicării. De multe ori, despărțim sau stabilim ierarhii false între aceste domenii. Ideea organizatorică nu are de ce să fie aşezată mai prejos de ideea teoretică propriu-zisă. În primul rând, pentru că ea este o ipostază esențială a activității de creație, în sensul cel mai plin al termenului, apoi pentru că, atunci când este făcută temeinic, reprezintă o adevărată cheie pentru munca de cercetare propriu-zisă. Menționând aceste contribuții la locul care li se cuvine, ne putem întreba în mod legitim dacă intreprinderea organizatorică ieşită din comun a lui Schramm ar fi putut rodi, în cazul în care nu ar fi fost precedată de descoperirile celor patru „fondatori" de care vorbesc Berelson şi Schramm. Instituționalizarea comunicării ca disciplină de studiu este foarte importantă, însă ne îndoim că înainte de Lazarsfeld, Hovland, Lasswell şi Lewin, studenții unei facultăți de comunicare ar fi avut obiect coerent de studiu.

Contribuția lui Schramm la studiul comunicării este cu totul remarcabilă. Între 1942 – 1943, este angajat al Biroului pentru Fapte şi Date (*The Office of Facts and Figures*) din Washington, care fusese creat în 1941 pentru a ridica moralul publicului american şi care, ulterior, va avea ca domeniu de activitate propaganda internă şi externă. După propriile declarații, *The Office of Facts and Figures* este locul unde autorul american îşi articulează viziunea cu privire la studiul comunicării; în această perspectivă, comunicarea reprezintă punctul de întâlnire pentru celelalte discipline socio-umane, salvându-le de la fărâmițare excesivă. În calitate de angajat al acestui birou, Schramm proiectează campanii de informare publică, studiază efectele acestora împreună cu alți specialişti, redactează discursuri pentru preşedintelui Roosevelt, chiar unele dintre „convorbirile la gura sobei". În 1942, este numit directorul Departamentului pentru Educație al biroului menționat. Principala preocupare era de a duce campanii de anvergură şi de a analiza efectele, prin intermediul studiilor de audiență. Din grupul de planificare a campaniilor de informare publică mai făceau parte: R. Likert, P. Lazarsfeld, D. M. White.

În 1943, Schramm părăseşte Biroul pentru Fapte şi Date şi se întoarce la Universitatea din Iowa. Ca director al Şcolii de Jurnalistică a

Universității din Iowa, organizează primul program doctoral în comunicarea de masă. În Illinois lansează un program similar în 1947, apoi în Wisconsin – 1950, în Minnesota –1951 şi Stanford – 1952 (E. Rogers, *op. cit.*, p. 26). Doctoranizii săi vor deveni celebri, adevărate staruri ale cercetării empirice în Statele Unite şi vor crea, la rândul lor, şcoli de comunicare după modelul imaginat de către mentorul lor.

În 1950, devine decanul Departamentului de Comunicare de la Universitatea Illinois, având drept responsabilitate « orice activitate la Universitatea Illinois care are chiar şi cea mai firavă legătură cu comunicarea » (Rogers, 1994, p. 449 – 450). Contrar acestei platforme explicite, Departamentul de Retorică[2] al Universității nu se alătură departamentului condus de Schramm. Ceea ce a creat şi a consacrat o dihotomie între comunicarea de masă şi comunicarea interpersonală pe care Schramm nu o avea în vedere atunci când vorbea despre disciplina integrată a comunicării. Dihotomie care s-a păstrat până în zilele noastre, transformându-se într-un adevărat obstacol în avansul studiilor despre comunicare.

În ciuda acestui obstacol, proiectul de construcție instituțională şi academică, inițiat şi, în cea mai mare parte, derulat de către Schramm poate fi considerat un succes. Dovezile în favoarea acestei afirmații sunt multiple şi pot fi sintetizate astfel:

- se înregistrează o creştere exponențială a numărul de facultăți, departamente şi institute de cercetare cu profilul comunicare;
- sunt evidente eforturile de instituționalizare a denumirii de comunicare, de impunere a sa în titulatura departamentelor de specialitate (aproximativ la jumătatea anilor 1970, fostele departamente de « Retorică » îşi schimbă denumirea în «Retorică şi Comunicare », iar cele de « Jurnalism » în « Jurnalism şi Comunicare de masă »;
- sunt create primele asociații profesionale, cu un număr de membri mai mare de la an la an (prima, înființată în 1950, se chema « Societatea Națională pentru Studiul Comunicării »)[3];
- apar primele reviste care, dincolo de faptul că au în titlu cuvântul comunicare, reunesc cercetările din domeniu: *Journal of Communication*, *Communication Research*, *Communication Theory*, *Human Communication Research*;
- sunt tipărite manuale, crestomații, culegeri de texte (primele patronate chiar de către W. Schramm);
- creşte numărul de studenți în comunicare, precum şi numărul tezelor de doctorat pe teme de comunicare;

[2] Speech Department
[3] National Society for the Study of Communication

- creşte vizibilitatea domeniului, vizibilitate asigurată de numărul de publicații, conferințe şi asociații de profil.

Realizările de natură instituțională[4] nu ar fi fost posibile, evident, în afara realizărilor teoretice şi de cercetare propriu-zise. Aşa cum releva Rogers atunci când îşi exprima nostalgia față de perioada de glorie a comunicării (1930 – 1970), eforturile de cercetare erau disparate în perioada pe care o pomeneşte cu nostalgie; cu toate acestea, se înregistrează piscuri teoretice, care cu greu vor fi egalate de cercetarea contemporană a comunicării:

- fluxul comunicării în două trepte şi teoria privind liderii de opinie (P. Lazarsfeld);
- ierarhia efectelor şi studiile despre persuasiune (C. Hovland);
- analiza de conținut şi studiul propagandei (H. Lasswell);
- funcțiile mass media (Lasswell, Merton şi Lazarsfeld);
- teoriile cu privire la dinamica procesului de comunicare în interiorul grupului (K. Lewin);
- teoria cu privire la rolul mass media în consolidarea stereotipurilor (Cooper şi Jahoda).
- teoriile cu privire la expunerea, atenția, percepția şi rememorarea selective (W. Schramm);
- teoria disonanței cognitive (L. Festinger);
- studiile cu privire la difuzarea inovațiilor (Ryan şi Gross, continuate de către E. Rogers);
- teoria învățării sociale (A. Bandura);
- teoriile privind difuzarea ştirilor şi competiția dintre rețelele interpersonale şi mass media (Paul J. Deutschmann);
- teoriile privind criteriile de actualitate – newsworthiness criteria (Galtung şi Ruge);
- teoriile privind raportul dintre mass media şi dezvoltare (W. Schramm, D. Lerner);
- ipoteza decalajului cognitive (Tichenor, Donohue, Olien, 1970).

Beneficiind de infrastructura instituțională şi de cercetare edificată de către Schramm, studiile despre comunicare nu vor mai avea caracterul disparat al perioadei de început şi se vor încadra unor programe coerente de cercetare. În felul acesta, Schramm înscrie o contribuție remarcabilă la consolidarea comunicării de masă ca disciplină teoretică. Semnificația demersului său este însă mai largă. „*În ultimul secol, nu există inovație*

[4] În acelaşi timp, ideea succesului instituțional al comunicării trebuie, şi ea, nuanțată. Analiza noastră relevă faptul că, în perioda avută în vedere, a existat o confruntare între o perspectivă ştiințifică asupra comunicării şi una umanistă (comunicarea ca disciplină umanistă sau ca ştiință socială). Interesant este faptul că există şi a treia perspectivă, în care comunicarea este considerată o disciplină profesională, situată pe acelaşi palier cu teologia, afacerile, asistența socială (potrivit ultimului sondaj disponibil cu privire la programele americane de doctorat, realizat în 2004 de către National Science Foundation – Survey of Earned Doctorates).

mai importantă în universităţile americane decât înfiinţarea departamentelor şi facultăţilor de comunicare", subliniază Rogers. Aprecierea reliefează explicit că inovaţia lui Schramm trece cu mult de graniţele comunicării propriu-zise: ea deschide un nou orizont pentru disciplinele înrudite, le forţează să se redefinească, înscrie o nouă vârstă în afirmarea interdisciplinarităţii şi, mai ales, instituie un reper nou de care nu mai poate face abstracţie nici învăţământul, nici societatea. Studiul comunicării nu mai reprezintă o simplă disciplină, ci, sugerează Rogers, un criteriu de modernitate.

10. Vremea generalizărilor. Rolul lui Berelson şi Klapper

După cel de-al doilea război mondial şi până în anii 1960 se înregistrează o adevărată explozie a cercetărilor empirice dedicate efectelor mass media. Pe fondul înregistrării unor rezultate de cercetare semnificative – fluxul comunicării în două trepte şi liderii de opinie, difuzarea ştirilor şi a inovaţiilor, procesele de expunere, atenţie, selecţie şi rememorare selective, condiţiile în care convertirea, cristalizarea opiniilor noi sunt posibile etc, apar şi eforturile de a clasifica efectele de-a lungul diferitelor dimensiuni, de a ajunge la adevărate tipologii ale acestora:

1. efecte cognitive (asupra gândirii, a procesului de învăţare sau de formare a schemelor cognitive şi a stereotipurilor), efecte comportamentale (asupra comportamentului), efecte afective (asupra emoţiilor şi atitudinilor);
2. efecte directe sau efecte condiţionate (condiţionate de o anumită trăsătură a audienţei, cu rol de mediere – categorii şi relaţii sociale, apartenenţă de grup, diferenţe inviduale);
3. efecte imediate, efecte de lungă durată sau efecte care se înregistrează cu întârziere;
4. efecte izolate/ separate sau efecte cumulate;
5. efecte manifeste sau efecte latente;
6. efecte centrale (înregistrate ca urmare a unui conţinut mediatic explicit, a mesajului ca atare) sau efecte periferice (înregistrate ca urmare a unor indicii periferice – frecvenţa de difuzare, mărimea şi poziţia articolului, încadrarea unei relatări într-o anumită schemă dominantă);
7. efecte la nivel micro (individual) sau la nivel macro (social, instituţional sau cultural);
8. efecte datorate conţinutului/mesajului media („suntem ceea ce vizionăm") sau efecte datorate utilizării media ca atare sau sistemului media în ansamblu, independent de conţinut;

9. efecte de schimbare sau efecte de consolidare/ stabilizare;
10. efecte centrifuge (în sensul dispersării, fragmentării) sau efecte centripete (realizarea unității sociale şi culturale, consolidarea legăturilor şi a mecanismelor de control);
11. efecte dorite/ intenționate: efectele publicității asupra vânzărilor, ale campaniilor politice asupra votului, ale campaniilor sociale asupra comportamentului individual şi a progresului social şi efecte nedorite: efectele violenței din mass media asupra comportamentului agresiv, ale imaginilor mass media asupra construcției sociale a realității, ale partizanatului media asupra stereotipurilor, efectele materialelor cu conținut erotic şi sexual asupra atitudinilor şi comportamentelor etc.

Primele încercări de generalizare cu privire la efecte îi aparțin lui Bernard Berelson, coleg cu Lazarsfeld la Universitatea Columbia şi la Biroul de cercetare aplicată de acolo. De altfel, cei doi vor semna împreună studiul clasic cu privire la fluxul comunicării în două trepte People's Choice. Încă din 1948, Berelson concluzionează că „unele tipuri de *comunicare*, cu privire la unele *teme*, aduse în atenția unor anumite categorii de *oameni*, în anumite *condiții*, au diverse categorii de *efecte*. Această propoziție identifică cinci factori centrali (sau, mai curând, categorii de factori) care sunt implicați în proces, iar inter-relaționările dintre aceste categorii de factori reprezintă subiectul teoriei în câmpul comunicării. În prezent, cercetătorii nu pot oferi decât o parte – foarte mică – din tabloul de ansamblu, dar analiza celor cinci variabile majore şi formularea ipotezelor şi a generalizărilor cu privire la acestea sunt paşi în direcția bună" (Berelson, 1948, p. 172). Doi ani mai târziu, preocupat să ofere el însuşi generalizări cu privire la cel puțin una dintre variabile, Berelson va releva că „efectele comunicării sunt multiple şi diverse. Ele pot fi de scurtă sau de lungă durată. Pot fi manifeste sau latente. Pot fi puternice sau slabe. Pot fi determinate de oricare aspect legat de actul de comunicare. Pot fi de natură psihologică, politică, economică sau sociologică. Efectele se pot înregistra la nivelul opiniilor, al atitudinilor, al valorilor, al volumului de informații, al gusturilor, al comportamentelor etc". (1950, p. 395).

În ciuda celor două enunțuri cu tentă sintetizatoare ale lui Berelson, Joseph Klapper este îndeobşte reținut ca fiind autorul care formulează, în mod sistematic şi asumat, primele generalizări cu privire la efectele comunicării de masă. Şi aceasta pe baza analizării unui volum impresionant de date empirice, a consultării unui număr semnificativ de lucrări publicate pe tema efectelor mass media (ceea ce astăzi s-ar numi metaanaliză). Lucrarea sa celebră din 1960, *The Effects of Mass Communication*, reprezintă un reper în istoria cercetării empirice a efectelor, iar concluziile sale au intrat în „folclorul de specialitate", au

devenit „cunoaştere comună” în domeniu. În mod nefericit, concluziile respective au fost preluate uneori trunchiat şi parțial, fiind citată doar afirmația că „mass media nu reprezintă cauza necesară şi suficientă pentru producerea efectelor”. Motiv pentru care prezentăm integral generalizările care îi aparțin lui Klapper:

1. „În mod curent, comunicarea de masă nu reprezintă cauza necesară şi suficientă pentru producerea efectelor; mai degrabă, ea acționează între şi prin intermediul unui mănunchi de factori şi de influențe cu rol de mediere.
2. Aceşti factori sunt de o asemenea natură încât, prin acțiunea lor, comunicarea de masă nu reprezintă o cauză a producerii efectelor, ci doar un agent care contribuie la acest lucru. Indiferent de situația concretă – intențiile de vot ale membrilor audienței, tendința de a adopta sau de a respinge comportamentul delicvent, perspectiva generală asupra vieții – şi indiferent dacă efectul studiat este de natură individuală sau socială, media sunt mai degrabă un agent de consolidare decât unul de schimbare.
3. În cazul în care mass media acționează, totuşi, în direcția schimbării, este foarte probabil ca una dintre următoarele două condiții să fie îndeplinite:

a) alți factori cu rol de mediere sunt inoperanți, iar influența mass media este directă;
b) alți factori cu rol de mediere, care în mod normal ar favoriza consolidarea situației existente, acționează, şi ei, în direcția schimbării.

4. Există câteva situații în care comunicarea de masă pare să producă efecte imediate, situații în care mass media, în mod direct şi de la sine, servesc anumite funcții psihofizice.
5. Eficiența mass media – fie ca agent care contribuie la consolidarea situației existente, fie ca agent care produce în mod direct schimbarea – este influențată de diverse aspecte legate de media propriu-zise şi de contextul în care are loc comunicarea, cum ar fi: organizarea mesajului, natura sursei sau a mijlocului de comunicare, climatul existent al opiniei publice etc” (p. 7).

Potrivit propriilor declarații, Klapper era mai puțin preocupat de a asigura „viabilitatea acestor generalizări, cât de a arăta că a venit vremea generalizărilor” (p. 9). Literatura de specialitate nu a reținut şi nu a exploatat mai departe acest lucru – preocuparea de a ajunge la enunțuri teoretice ample, ci s-a concentrat, în mod parțial eronat, tocmai pe viabilitatea afirmațiilor. Mai mult, cum am arătat, dintre toate aceste formulări cu caracter general, literatura de specialitate a preluat-o mai ales pe cea referitoare la faptul că „mass media nu reprezintă cauza necesară şi suficientă pentru producerea efectelor”. Pe baza acestei

afirmații, Klapper este considerat a fi autorul care consacră paradigma efectelor limitate, chiar dacă, în aceeaşi carte, însuşi autorul avertiza, în repetate rânduri, asupra pericolului grav de a „minimaliza, orbeşte, efectele şi potențialul comunicării de masă" (p. 53).

11. „Mass media sunt mai degrabă un agent de consolidare decât unul de schimbare". Puncte de vedere

Studiul empiric al comunicării a înregistrat o explozie în perioada 1930 – 1960 şi a demonstrat fără echivoc că expunerea la mesajul media poate conduce la schimbări de atitudine; numai că avem de-a face cu schimbări anevoioase, graduale, care au loc într-o modalitate mult mai complexă decât suntem tentați să considerăm la prima vedere. După cum avertizau încă din 1948 Lazarsfeld şi Merton, în articolul clasic „Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action", este riscant să echivalăm puterea mass media cu puterea bombei atomice şi să ne gândim că mass media au un impact enorm doar din motivul că se adresează unei audiențe imense. Cercetătorii care au păşit hotărât pe terenul cercetării empirice a comunicării au respins atribuirea – fără discernământ, uniformă – a unor puteri copleşitoare mass media. Ei au evidențiat condițiile în care această putere devine manifestă, uneori chiar alarmantă, variabilele intrinseci şi extrinseci care influențează impactul, nivelurile la care impactul se manifestă etc. Fraza lui Klapper – „mass media sunt mai degrabă un agent de consolidare decât unul de convertire" – era reprezentativă pentru o întreagă serie de preocupări şi evidenția, într-o formă sintetică, tocmai impresionanta putere a mass media de a consolida status quo-ul, de a descuraja coagularea punctelor de vedere deviante, de a articula, aşa cum va spune mai târziu teoria cultivării, curentul principal în societate. Ceea ce este departe de a nega mass media un rol semnificativ în societate: „a vorbi despre efecte limitate nu este totuna cu a spune că efectele fie nu există, fie sunt slabe (Lazarsfeld şi Merton, 29).

În articolul din 1948, Lazarsfeld şi Merton identifică trei funcții ale mass media şi trei condiții de eficiență ale acestora.

1. Mass media conferă status persoanelor, grupurilor şi ideilor, sporesc importanța, vizibilitatea socială a acestora, indiferent dacă relatările sunt pozitive sau negative;
2. Mass media consolidează normele sociale (atenuează decalajul dintre atitudinile private şi moralitatea publică, reconfirmă standardele morale dominante şi exercită presiune în direcția conformismului social);

3. Mass media acționează ca un narcotic asupra audiențelor (disfuncția de narcotizare), transformă audiența într-o masă inertă, apatică, tocmai prin faptul că pun la dispoziție cantități enorme de informație; mai mult, ca urmare a bombardamentului mediatic, oamenii încep să facă o confuzie între „a ști" și „a acționa"; a ști despre un subiect începe să echivaleze cu a face ceva în legătură cu acel subiect, de unde apatia, lipsa de participare, absenteismul (23). „Individul ia contactul cu realitatea politică indirect, prin observare. Începe să confunde faptul că *știe* despre problemele zilei cu faptul că acționează, face ceva în legătură cu ele. Conștiința lui socială rămâne perfect curată. Este preocupat. Este informat. După ce a luat cina, a ascultat programele favorite la radio, după ce a citit ziarul, e timpul să se ducă la culcare" (Lazarsfeld, P., Merton, R.K. (1948, 1964). Mass communication, popular taste and social action. În Rosenberg, B., White, D.M. (ed.). *Mass culture: The popular arts in America*. New York: Free Press, 464).

Există, după opinia autorilor, trei condiții ca efectele mass media să fie marcante: condiția de monopol, de consolidare şi de consonanță (supplementation). Prima se referă la „situațiile în care imaginile, valorile şi politicile promovate în mass media nu înregistrează nici o opoziție", cu alte cuvinte, atunci când „nu există nici un fel de contrapropagandă" (25). Condiția a doua are în vedere acele situații în care mesajul transmis prin mass media canalizează atitudinile şi valorile preexistente, iar schimbarea pattern-urilor de comportament, convertirile radicale sunt puțin probabile. Consonanța se referă la o altă condiție: media devin în mod particular eficiente în momentul în care acționează în consonanță cu conversațiile față-în-față" (25).

Autorii subliniază că rareori cele trei condiții se întâlnesc toate deodată, de aici şi concluzia moderată că „media nu sunt capabile să exercite controlul social într-o manieră atât de pregnantă pe cât se crede". În ciuda concluziei relativ prudente, Lazarsfeld şi Merton avertizează că, din ce în ce mai mult, actualul sistem social permite suprapunerea celor trei condiții.

Cele trei condiții şi funcții anticipează câteva teorii fundamentale care au fost ulterior formulate în legătură cu mass media:

- agenda-setting: pornind de la ideea că mass media conferă vizibilitate socială problemelor şi temelor (funcția de conferire a status-ului);
- teoriile cu privire la media şi hegemonie;
- spirala tăcerii (monopolizarea, convergența opiniilor individuale în opinia publică);
- (dis)funcția de narcotizare: temă mult dezbătută şi studiată, numai că dezbaterea a avut loc, în cea mai mare parte, în jurul ideii că la acest efect de narcotizare se ajunge ca urmare a televiziunii, mai

precis, a divertismentului de televiziune; Merton vedea lucrurile puțin diferit şi într-o perspectivă mult mai subtilă; el discuta această disfuncție în contextul ştirilor: nu emisiunile de divertisment conduc la apariția acestui efect, ci tocmai emisiunile de ştiri care, prin abundență şi bombardament sistematic generează în rândul oamenilor o periculoasă confuzie între a fi informat şi a acționa; tocmai emisiunile de ştiri conduc la apatie, la lipsa angajamentului, la o participare superficială (din fotoliu) la viața publică.

Revenind la enunțurile generalizatoare ale lui Klapper, este adevărat că acesta insistă pe mass media ca agent de consolidare, pe rolul de menținere a status-quo-ului (un efect deosebit de puternic). În acelaşi timp, autorul american sintetizează şi caracteristicile shimbărilor induse de mass media ((*Mass Media and Persuasion*, în W. Schramm, *The Process and Effects of Mass Communication*, pp. 289 – 321):

1. Există situații în care schimbarea de atitudine este durabilă, deci nu încetează în momentul în care încetează expunerea la mesaj; mai mult, sunt situații în care schimbările de atitudine devin mai pronunțate după o perioadă considerabilă de timp (sleeper effect).
2. Schimbarea de atitudine înseamnă de cele mai multe ori modificare sau inovare şi mai puțin convertire. Persoanele care inițial au o poziție neutră față de o problemă tind să dobândească atitudinea avută în vedere de comunicator. Atunci când opiniile sunt deja consolidate, încercarea de convertire nu are decât efectul de consolidare sau de slăbire a acestor opinii. În cazul opiniilor consolidate, se poate înregistra chiar efectul de bumerang.
3. În condiții de monopol (când audiența nu este supusă şi contrapropagandei, vezi şi Lazarsfeld şi Merton), efortul de persuadare are succes în funcție de opiniile sau atitudinile avute în vedere de către comunicator. Dacă scopul este de a activa o atitudine latentă, dar larg împărtăşită, sau de a stimula comportamentul în concordanță cu o astfel de atitudine, efortul de persuadare este sprijinit cvasi-automat de mass media. Dacă atitudinea care se vrea promovată este în contradicție cu punctul de vedere dominant, ea nu va fi susținută de mass media, deci comunicatorul nu poate accede la condiția avantajoasă de monopol. „În condiții normale, mass media ajută la promovarea unei opinii, a unei atitudini atâta timp cât nimeni sau cât mai puțini, sunt afectați, în sens negativ de astfel de opinii sau atitudini".
4. Existența unui comportament selectiv din partea receptorului este o adevărată axiomă a comunicării. Oamenii evită, conştient sau nu, mesajele aflate în contradicție cu credințele lor. Nu putem vorbi de o relație simplă mesaj – expunere la mesaj; prezența mesajului plus predispozițiile audienței determină expunerea la mesajul aflat în

concordanță cu predispozițiile respective. Comportamentul selectiv se manifestă cu precădere în situațiile în care există surse alternative de informare. Selecția operează chiar şi când individul nu are acces la astfel de surse, când este forțat să dea atenție unui mesaj în dezacord cu credințele sale sau se expune unui astfel de mesaj în mod accidental.
5. Chiar dacă este dificilă şi puțin întâlnită, convertirea este posibilă. Probabilitatea de a obține un astfel de efect creşte în cazul în care nu se lansează un atac frontal asupra opiniilor existente, iar noul punct de vedere este construit gradual. De fapt, nu este vorba despre două cazuri distincte, ci strâns corelate: convertirea începe mai degrabă cu naşterea, construirea unei noi opinii decât cu distrugerea uneia vechi. Aceasta este şi explicația pentru care propaganda se dovedeşte mai eficientă pe probleme față de care nu există opinii sau opiniile sunt difuze. Studiul lui Lazarsfeld cu privire la alegerile din 1940 din Statele Unite a arătat că mass media au determinat procese de convertire doar atunci când au acordat importanță problemelor de care oamenii nu fuseseră foarte preocupați înainte. Aceste probleme capătă importanță aparte prin frecvența de apariție în mass media şi pot duce la naşterea unei noi opinii; dacă acest fenomen este întreținut/ alimentat în mod corect, opinia nouă poate să câştige teren în fața celei vechi, până la punctul în care vechea opinie este pusă sub semnul întrebării.

12. „Hard data în loc de hard questions”

După 1960, domeniul comunicării se stabilizează din punctul de vedere al construcției instituționale şi produce, în mod regulat, un corp stabil de cunoştințe. Atinge, în termenii lui Kuhn, stadiul de « ştiință normală ». Pe măsură ce domeniul ajunge să fie din ce în ce mai stabil, mai standardizat, mai consolidat ca metodologie, devine ținta atacurilor şi provocărilor atât din interior, cât şi din exterior. Observațiile « interne », formulate de către cei care manifestă, în continuare, ataşament la abordarea empirică au în vedere cu precădere necesitatea de a consolida şi de a adânci perspectiva teoretică, de a repeta cercetările în condiții diferite, de a demara eforturile de cercetare pe baza unor premise epistemologice solide. Criticile « externe » se vor afla în consonanță cu atacul de ansamblu la adresa principalelor aserțiuni ale pozitivismului, a principalelor premise care întemeiază abordarea empirică la adresa ideii privind cunoaşterea obiectivă, neutră, nedistorsionată de variabile subiective, culturale, ideologice.

Una dintre cele mai consistente critici la adresa cercetării empirice are în vedere faptul că, aşa cum fusese concepută de către Schramm şi de către Lazarsfeld, ştiința comunicării nu ține cont de complexitatea

fenomenelor sociale, nu le studiază în totalitatea lor. Probleme sociale şi culturale sunt reduse la categorii observabile/ verificabile din punct de vedere empiric. Iar cultura/societatea reprezintă exact acele condiții care „exclud mentalitatea de a le măsura" (Adorno, 346).

În dorința de a reduce aceste fenomene la categorii observabile, în vederea cuantificării, sunt ignorate probleme legate de valoare, instituții, înțeles şi ordine socială. Prin urmare, comunicarea – concepută ca o ştiință socială de tip empiric, ar fi nepotrivită pentru a răspunde unor interogații mai generale referitoare la înțeles şi valoare. După cum sublinia Gitlin, *„faptul că mass media sunt în permanență prezente în societate înlătură posibilitatea ca acestea să fie studiate dintr-o perspectivă pozitivistă: cum să «măsurăm» «impactul» unei forțe sociale omniprezente în societate şi care joacă un rol major în constituirea acesteia? Subliniez că pornesc de la premisa că mass media manifestă o forță considerabilă în a forma şi delimita credințele, atitudinile şi sentimentele publice. Uneori ele generează, alteori amplifică granițele discursului legitim, discursul care modelează definițiile pe care le deține publicul vizavi de situațiile în care se găseşte. Şi fac acest lucru prin selecții şi omisiuni, sublinieri şi tonalități aparte"* (Gitlin, 1980, p. 8).

Cercetarea efectelor sare direct de la sursă la efect, fără a da atenție comunicării de masă ca sistem de simboluri care interacționează şi se întrepătrund, fără a da atenție mediului simbolic creat şi menținut de mass media.

Descrierea detaliată a contextelor în care are loc comunicarea, descrierea şi analizarea variabilelor, încrucişarea acestora, pentru a vedea modul în care fiecare variabilă/ sau un mănunchi de variabile influențează fenomenul studiat – toate îl scutesc pe cercetător, potrivit acestei critici, de a îşi pune întrebări mai generale şi incomode de genul „Încotro se îndreaptă instituțiile noastre?" sau „Încotro am dori noi să se îndrepte?".

Cercetarea de tip empiric produce, într-adevăr, un volum impresionant de date, validate de metode riguroase şi sofisticate, dar nu este preocupat – potrivit unor autori, chiar nu este capabil – să răspundă la întrebări fundamentale, de tipul „de ce?". Ceea ce fac imposibile adâncimea ontologică, descifrarea naturii interne a comunicării, generarea unor mecanisme care să arunce lumină asupra diverselor forme de manifestare ale comunicării.

Pe scurt, „hard data" în loc de „hard questions". Pe de o parte, cercetarea evită întrebări incomode care ar ține cont de aspecte mai generale legate de înțeles, valoare, menținerea status quo-ului. Pe de altă parte, se află în imposibilitatea de a răspunde, aplicând metodologia preferată, cea statistico-experimentală – la întrebări fundamentale precum „de ce?". Iar de cele mai multe ori, răspunsurile la întrebările limitate pe care şi le pune cercetătorul afiliat acestei perspective sunt nesatisfăcătoare

şi se reduc la afirmaţii de genul: unii subiecţi (procentajul x) fac un anumit lucru, alţii (procentajul y) nu: unii împărtăşesc un set de credinţe, alţii nu, unii îşi schimbă opţiunea de vot, alţii nu, unii cumpără un produs, alţii nu. Ceea ce este cel puţin derutant, iar în termenii rigorii ştiinţifice, nesatifăcător.

Pe acest fundal, analiza statistică devine un adevărat ritual, o cerinţă obligatorie, iar cei care nu trec prin „ritualul statistic" nu mai au dreptul să formuleze consideraţii cu privire la fenomenele sociale. În termenii unuia dintre reprezentanţii marcanţi ai Şcolii de la Frankfurt, Leo Lowenthal, analiza empirică a comunicării a devenit o formă de „ascetism aplicat": „se ţine departe de influenţe externe şi înfloreşte într-o atmosferă de neutralitate întreţinută în mod rigid. Refuză să păşească pe tărâmul înţelesului ... Cercetarea socială empirică ia ca atare fenomenele vieţii moderne – inclusiv mass media. Respinge comandamentul de a le plasa într-un context istoric şi moral" (143).

Ideea statutului independent al cercetătorului/ omului de ştiinţă este şi ea pusă de timpuriu sub semnul întrebării. Autori precum Charles Wright Mills, Robert Lynd, care, iniţial, se apropiaseră de şcoala efectelor, avertizează asupra pericolului ca cercetarea empirică, statistico-experimentală, realizată de multe ori ca răspuns la interese comerciale, birocratice, politice să conducă la „birocratizarea reflecţiei în ansamblu" (Mills), să constituie o ameninţare la adresa statutului independent, a spiritului critic al cercetătorului. În acest sens, C. W. Mills îşi exprimă dezacordul cu viziunea lui Lazarsfeld potrivit căreia cercetătorul fenomenelor sociale este doar un creator de instrumente de cercetare, că metoda este cea care unifică şi direcţionează demersurile de cercetare. Meritul lui Lazasfeld este incontestabil – acela de a elimina din investigaţia asupra câmpului social speculaţiile, „filosofia de cabinet", deducţiile, abordările mitice, emoţionale. Dar la fel de contraproductive pot fi şi abordarea „ateoretică", producerea de date care plutesc în viduri teoretice.

În articolul din anul 1978, Todd Gitlin sintetizează principalele nemulţumiri formulate până atunci în legătură cu studiul empiric al efectelor. Gitlin va impune denumirea de „paradigmă dominantă" pentru respectiva direcţie de studiu, termen care, de atunci încolo, se va asocia în mod automat cu critica respectivei paradigme (Todd Gitlin, Media Sociology: The Dominant Paradigm, în McQuail, pp. 26 – 35). Principalele slăbiciuni ale paradigmei dominante, relevate de către Gitlin sunt:

1. prin accentul asupra efectelor care pot fi măsurate în mod strict, mai ales la nivel individual, paradigma dominantă a deturnat atenţia de la efectele macro, la nivelul societăţii, de la efectele asupra înţelesurilor sociale;

2. paradigma se caracterizează prin lipsa consistenței teoretice, producând, în ciuda volumului impresionant de date, puține rezultate de cercetare; iar în absența unei teorii care să ghideze interpretarea informațiilor, activitatea de cercetare se reduce la o simplă culegere de date şi datele culese în acest fel la o îngrămădire de cifre;
3. paradigma dominantă se bazează pe presupoziția că exercitarea influenței prin intermediul mass media este comparabilă cu exercitarea influenței prin intermediul comunicării interpersonale; mai ales în cercetările lui Lazarsfeld, cele două forme de influență sunt considerate ca fiind echivalente din punct de vedere funcțional, sunt mărimi de acelaşi ordin, ceea ce diferă fiind gradul de intensitate al influenței exercitate; Gitlin subliniază că avem de-a face cu două procese sociale diferite, diferența cea mai frapantă fiind aceea că, în cazul comunicării interpersonale, relația dintre emițător şi receptor este, cel puțin teoretic, simetrică, în timp ce aceeaşi relație în comunicarea de masă este marcat asimetrică, asimetrie creată de accesul privilegiat la informație şi tehnologie a unui grup restrâns;
4. în cercetările care se încadrează paradigmei dominante, „schimbarea de atitudine, de opinie, de comportament" este văzută exclusiv ca o variabilă dependentă; mai precis, puterea/influența sunt concepute drept capacitatea de induce un anumit tip de comportament, de a schimba o atitudine; această viziune asupra influenței nu ține seama de situațiile în care atitudinile, opiniile, comportamentele nu se modifică, ceea ce reprezintă o formă foarte puternică a influenței (rezistența la schimbare şi menținerea status quo-ului);
5. importanța acordată de către Lazarsfeld liderilor de opinie a creat, este adevărat, un câmp de investigație nou, de sine stătător, dar a distras atenția de la puterea propriu-zisă a mass media (Gitlin face în acest punct o comparație grăitoare: e ca şi cum ar fi studiată influența străzilor asupra ratei mortalității în timpul unei inundații, cauza reală nefiind identificată sau fiind împinsă într-un plan secund).

13. Ştiință experimentală vs. ştiință interpretativă; căutarea legilor vs. căutarea înțelesurilor

Gitlin dă glas unui set mai larg de preocupări, articulează şi sistematizează diversele nemulțumiri care apăruseră în legătură cu paradigma dominantă. Aşa cum se poate observa, această critică este

realizată, în datele ei generale, din interiorul perspectivei empirice propriu-zise, fără ca respectiva perspectivă să fie pusă sub semnul întrebării *în totalitatea sa*. Acest lucru se va întâmpla însă mai cu seamă după anii 1960, când modelul imaginat de către Schramm şi Lazarsfeld intră în conflict deschis cu principalele curente intelectuale din ultimele decenii ale secolului trecut. Studiul comunicării va fi influenţat, şi el, de atmosfera «anti-explicaţii» dominantă în plan intelectual, de tranziţia de la «explicaţie» la «înţelegere» în ştiinţele sociale; proiectul iniţial, de a ajunge la legi universal valabile, pe baza cărora să fie formulate predicţii de tipul «dacă – atunci» va fi parţial abandonat. După cum releva în acest sens Luhmann, ştiinţe empirice dintre cele mai variate, de la fizică şi fiziologie până la lingvistică şi sociologie „au fost somate să se depărteze de propriul obiect de cercetare şi să îşi pună probleme generale legate de cunoaştere/statutul cunoaşterii" (Luhmann, 1990, The cognitive program of constructivism and a reality that remains unknown. *Sociology of the sciences, 14*, 64-86).

Crizele din ştiinţele empirice au zguduit şi cercetarea comunicării. Momentul de recunoaştere oficială a acestui lucru a fost dezbaterea prilejuită de apariţia numărului special al revistei Journal of Communication, Ferment in the Field (1983). Studiul empiric al comunicării a început să fie privit prin opoziţie cu investigaţia de tip cultural: „studiile culturale («cultural analysis») nu caută să explice comportamentul uman, ci să-l înţeleagă. Nu caută să reducă acţiunea umană la un set de cauze sau structuri de adâncime, ci să îi interpreteze semnificaţia. Nu încearcă să anticipeze comportamentul uman, ci să investigheze înţelesurile create de fiinţa umană. ... Studiile culturale nu reprezintă o ştiinţă experimentală în căutarea legilor, ci o ştiinţă interpretativă în căutarea înţelesurilor» (Carey, Mass Communication Research and Cultural Studies: An American View, Mass Communication and Society, ed. James Curran et al., London, Edward Arnold, 1977, p. 418).

Opiniile formulate în respectivul număr de revistă, precum şi toate criticile circumscrise ideilor de „crize ale ştiinţelor empirice" au pus diagnosticuri excelente privind slăbiciunile studiului empiric al comunicării, edificiul teoretic fragil pe care l-a ridicat. Cu toate acestea, dincolo de diagnostic şi de o retorică bine articulată, criticile nu au propus soluţii viabile, alternative practice, au lăsat fără răspuns întrebarea „ce urmează după stabilirea diagnosticului?" Ceea ce a oferit artilerie grea reprezentanţilor curentului empiric, statistico-experimental. Reprezentativă în acest sens este poziţia lui Ithiel de Sola Pool, exprimată în 1983: „Deci, unde este efervescenţa? Desigur, există o întreagă literatură plictisitoare care pretinde că a detronat cercetarea empirică de tip behaviorist. Care condamnă cuantificarea şi experimentul de laborator

ca fiind aride, naive, banale, chiar reacționare şi imorale. Nu vreau să divaghez şi să intru într-o polemică pe tema caracterului moral al achiziționării cunoaşterii. În cazul în care suntem de acord că această cunoaştere a lumii reprezintă un lucru bun, aspectul important aici este următorul: nu există altă cale de a ajunge la cunoaştere decât prin experimente bine concepute şi controlate ... Zecile de eseuri ideologice şi metodologice despre studiul comunicării cu greu pot fi reunite sub termenul «efervescență». Există o rețetă simplă pentru astfel de eseuri: evitați măsurătorile, adăugați nişte considerații cu privire la angajamentul moral şi aruncați la întâmplare câteva dintre următoarele cuvinte: sistem social, capitalism, dependență, pozitivism, idealism, ideologie, autonomie, paradigmă, comercialism, conştiință, emancipare, cooptare, critic, instrumental, tehnocratic, legitimare, praxeologie, represiv, hegemonie, contradicție, problematic" (p. 260).

14. De ce paradigma dominantă este, în continuare, dominantă

Aşa cum am arătat, paradigma dominantă a fost atacată viguros şi din mai multe direcții din anii 1960 – 1970 încoace. În ciuda acestui atac concertat şi continuu, caracterul dominant încă există şi poate fi detectat la mai multe niveluri.

În primul rând, persistă ideea că mass media produc, prin efectele pe care le au, rezultate pozitive (funcții) sau negative (disfuncții). Credința în existența unor efecte puternice (concepute, este adevărat, într-o manieră mai sofisticată, mai nuanțată) este încă răspândită. Fără o astfel de credință, nu ar exista motive pentru a lua mass media în serios, nu am avea de ce să fim preocupați de probleme de etică, de control, reglementare, cenzură, asigurarea libertății mass media, a accesului la informație, de efectele violenței din mass media etc.

În al doilea rând, industriile de comunicare (publicitatea, relațiile publice, marketingul politic, managementul informației) îşi manifestă în continuare preferința pentru paradigma dominantă, deoarece toate există ca urmare a credinței în efectele mass media şi sunt interesate de informații/ rezultate de cercetare utile, care să le sporească performanța. Metodele şi rezultatele de cercetare specifice paradigmei dominante corespund acestor nevoi de rezultate utile/aplicate din partea industriilor de comunicare.

Paradigma efectelor domină în continuare manualele şi cursurile universitare. Dominația există şi ca urmare a productivității interne, dar şi a faptului că manualele în general se schimbă foarte greu, manifestă un conservatorism accentuat, preiau doar „cunoaşterea sigură", validată de-a lungul unei perioade lungi de timp.

Polemicilie privind relația de cauzalitate/condiționalitate în științele sociale, privind posibilitatea sau certitudinea cunoașterii – interesante, provocatoare chiar – au produs puține consecințe practice. În ciuda seducției pe care teoriile hermeneutice, construcționiste, interpretative le exercită asupra mediilor academice şi intelectuale, demersul de cercetare este întemeiat pe ideea că teoria trebuie, în continuare, testată, că, inclusive în zona socialului, avem de-a face cu o realitate empirică, observabilă.

În sfârşit, modelul empiric al comunicării a eliminat multe dintre sursele neştiințifice de cunoaştere despre comunicare: intuiția, speculația, deducția, tradiția, simțul comun, experiența personală, autoritatea/ prestigiul, miturile şi îngrijorările opiniei publice. Eliminând aceste surse de cunoaştere ne- sau pre-ştiintifice, cercetarea empirică a pus în evidență aspecte importante şi ample ale comunicării şi ale mass media, dintre care amintim doar câteva: medierea acesteia de către liderii de opinie (fluxul comunicării în două trepte), raportul dintre rețelele interpersonale şi comunicarea de masă în situații de criză (difuzarea ştirilor) sau în situații de rutină (difuzarea inovațiilor), contribuția mass media la articularea curentului dominant într-o societate (teoria cultivării), capacitatea de a stabili agenda de preocupări a momentului (agenda-setting), de a da aparența de majoritate unui curent minoritar (spirala tăcerii), de a constitui supapă colectivă pentru diverse pulsiuni negative (teoria catharsisului), de a oferi modele (teoria învățării sociale), de a reprezenta un agent de socializare (efectul de socializare), de a conferi status şi legitimitate persoanelor şi ideilor. Iar stabilitatea sa este, aşa cum relevă McQuail, un semn de maturitate: „un domeniu care creează şi lansează la întâmplare modele noi la fel cum Detroit-ul introducea odinioară modele noi de maşini este un domeniu nesigur de poziția pe care o ocupă” (76).

Analizând natura diversă a palierelor la care se simte caracterul (încă) dominant al paradigmei dominante – instituțional, academic, palierul productivității interne, putem afirma, împreună cu McQuail, că ascensiunea acesteia se datorează, în măsuri diferite poate, hegemoniei, dar şi seducției. Caracterul dominant al paradigmei efectelor îl forțează pe Carey să sublinieze într-un mod echilibrat: „nu propun ca tradiția de cercetare a efectelor să fie pur şi simplu abandonată ... deoarece nu vom înregistra nici un progres în domeniu dacă nu pornim, în mod serios, de la tradiția efectelor, dacă nu construim mai departe pe baza acestei tradiții” (p. 93).

15. Teorii-cadru

Domeniul de cercetare a efectelor este, în continuare, exploziv, efervescent; după unii comentatori, chiar haotic. Deci miza constă mai

ales în a organiza rezultatele de cercetare, de a le cumula şi corela pentru a ajunge la concepte teoretice stabile şi convingătoare. Cercetarea în domeniu are deja o vechime de aproximativ 70 de ani, timp în care a desprins câteva teme predilecte, teorii-cadru, direcţii şi tradiţii de cercetare: cogniţia socială, cultivarea, difuzarea inovaţiilor, utilizări şi recompense, agenda-setting, persuasiunea. Forţa acestor teorii-cadru a devenit atât de mare, încât a existat chiar propunerea de nu mai studia comunicarea în două departamente, cel de comunicare interpersonală şi cel de comunicare de masă, ci în departamente structurate pe aceste teorii: departamentul de agenda-setting, departamentul de utilizări şi recompense. Teoriile respective ar fi urmat să fie studiate în toate contextele imaginabile: conversaţii zilnice, cadru organizaţional, interacţiuni între membrii familiei sau membrii aceluiaşi grup.

Cogniţia socială

Tradiţia inaugurată de Albert Bandura în anii 1960 se axează pe evidenţierea modului în care anumite funcţii mentale (cogniţii) produc anumite comportamente. Potrivit acestei teorii, "oamenii nu sunt conduşi nici de forţe interne, dar nici nu sunt modelaţi sau controlaţi în mod automat de stimuli externi. Comportamentul uman este explicat prin intermediul unei triade în care comportamentul, factorii cognitivi şi alţi factori personali, şi evenimentele din mediul exterior, interacţionează şi se determină unii pe alţii" (Bandura 1986). Bandura realizează o serie de experimente prin care arată că un copil nu trebuie să fie recompensat sau pedepsit în mod explicit pentru a învăţa noi atitudini sau comportamente din programele de televiziune, ci poate să faţă acest lucru pur şi simplu, observând diferite modele simbolice. Este posibil ca un copil să înveţe o formă de comportament agresiv prin observaţie şi imitaţie. Abilitatea de a imita nu se traduce în mod automat în comportament violent: dacă ceea ce a fost observat va fi şi imitat într-o nouă situaţie, similară celei observate, depinde de o serie de factori personali şi situaţionali.

Cercetătorul a încercat să explice mecanismul prin care oamenii dobândesc noi forme de comportament, adoptă modele de acţiune şi le transformă în moduri personale de acţiune, mai ales după ce observă modul în care alţi oameni acţionează. Un efect important al acestui process de cogniţie socială, bazat pe observare este modelarea, la care se ajunge prin parcurgerea următoarelor etape:

- un membru al publicului observă – vede, citeşte despre comportamentul unei persoane (model);
- observatorul se identifică cu modelul, doreşte să fie ca modelul sau consideră că modelul este atractiv şi demn de imitat;

- observatorul, conştient sau nu, ajunge la concluzia că acel comportament este funcțional, adică poate să aducă rezultatul dorit, dacă este imitat într-o situație asemănătoare;
- individul îşi aminteşte acțiunile modelului atunci când se găseşte într-o împrejurare similară relevantă şi reproduce comportamentul respectiv ca reacție la respectiva situație;
- înfăptuirea acțiunii îi aduce individului uşurare, consolidând legătura dintre stimuli şi reacție;
- consolidarea măreşte probabilitatea ca individul să folosească în mod repetat activitatea imitată ca mijloc de a reacționa la situații similare.

Teoria inițială a lui Bandura a cunoscut dezvoltări semnificative în ceea ce priveşte trăsăturile specific umane de simbolizare, de auto-reflecție şi auto-reglare, raportul dintre comportament, factori individuali şi factori de mediu. Punctul forte al teoriei este acela că oferă baza teoretică pentru înțelegerea efectelor dintre cele mai diverse: efectele materialelor cu conținut violent sau cu conținut sexual explicit, efectele mesajelor persuasive, efectul campaniilor de comunicare, efectul de construcție socială a realității etc.

Cultivarea

Teoria inițiată de George Gerbner accentuează faptul că particularitățile structurale ale sistemului mass media (omniprezența, realismul artificial, caracterul repetitive al mesajelor), şi mai puțin conținutul ca atare, explică efectele cumulative, de durată ale comunicării de masă. Gerbner inițiază seria teoriilor care vor evidenția efectul subtil şi gradual al mass media, cel care, în viața de zi cu zi, se simte foarte puțin sau chiar deloc dar, pe termen lung, se manifestă cu o intensitate remarcabilă. Teoriile de acest fel vor primi chiar o denumire – teoriile stalagmită (Heath şi Bryant).

Cercetarea care stat la baza teoriei cultivării a fost realizată între 1967 şi 1979, individualizându-se prin încercarea de a testa empiric influențele de durată ale mass media. Proiectul, cunoscut sub denumirea de *Indicatori culturali* s-a ocupat cu precădere de natura şi funcțiile violenței prezentate la televiziune. Cercetătorii au dorit să vadă dacă cei care petrec mai mult timp în fața televizorului răspund, cu un mai mare grad de probabilitate, în modalități care reflectă „lecțiile" cuprinse în emisiunile TV. Unul dintre rezultate a confirmat, de exemplu, faptul că utilizatorii fideli supraestimează numărul persoanelor implicate în acte de violență şi al celor care comit acte de violență.

Cercetarea a arătat că televiziunea nici nu „creează", nici nu „reflectă", simplu, imagini, opinii, credințe. Nevoile şi obiectivele instituționale influențează crearea şi distribuția mesajelor produse de către

media, care, la rândul lor, creează şi susțin nevoile, valorile şi ideologiile diferitelor publicuri. La rândul lor, publicurile dobândesc identități distincte ca urmare a expunerii la fluxul neîntrerupt de mesaje.

Televiziunea devine „vehiculul major al participării culturale", iar sfera de cuprindere a activității sale conduce la o *uniformitate a concepțiilor şi rezistență la schimbare*. Absența schimbării nu trebuie echivalată cu absența efectului deoarece împiedică procesul de distribuire a opiniilor şi credințelor, reprezintă o intervenție în procesele sociale, deci un efect. Gerbner însuşi îşi va nuanța teoria şi va introduce două noțiuni noi: *rezonanța* şi *alinierea la curentul dominant* (engl. *mainstreaming*).

Rezonanța ia în calcul experiența directă a audienței. Dacă mesajul transmis la televiziune şi mesajul „transmis" de realitatea imediată se apropie sau chiar coincid, atunci efectul este mult mai mare, un efect de rezonanță. Aceeaşi audiență este supusă unei „doze duble de mesaje" – cea dinspre televiziune şi cea dinspre realitatea propriu-zisă. Importantă este nu numai „doza dublă" (abordare cantitativă), ci faptul că mesajele se întâlnesc, vorbesc de acelaşi lucru, generând un efect de rezonanță. S-a dovedit pe cale experimentală că emisiunile şi filmele înfățişând diverse acte de delicvență au un mai mare ecou atunci când audiența trăieşte într-un mediu în care nivelul de infracționalitate este ridicat.

Prin mainstreaming, Gerbner subliniază că procesul de cultivare trebuie văzut nu ca unul unidirecțional, ci mai degrabă drept unul *gravitațional*: fiecare grup se poate îndrepta într-o direcție diferită, dar toate grupurile sunt afectate de curentul principal, cel al lumii TV. Procesul este dinamic, dar trăsătura lui distinctivă este stabilitatea relativă, uneori schimbarea lentă. Poate să apară şi situația unor schimbări radicale, care să ducă la modificarea în totalitate a sistemului de mesaje şi, în consecință, la cultivarea unor perspective noi, total diferite. În concluzie, *cultivarea este un proces de aliniere la curentul dominant*, la setul dominant şi stabil de atitudini, credințe, valori şi practici ale unei societăți.

În postura de „preot şi educator al societății" (americane), televiziunea cultivă valorile, miturile, valorile principiile morale ale acestei societăți, ajunge să creeze concepția pe care membrii audienței şi-o construiesc despre realitate, generând un *mediu cultural, o lume simbolică, iluzorie*. Telespectatorii se nasc în această lume simbolică şi nu au cum să ocolească expunerea la mesaje transmise în mod regulat şi cu un înalt grad de repetitivitate. Mai ales că, de obicei, expunerea se realizează de mai multe ori pe zi, iar utilizarea televiziunii este, pentru cea mai mare parte a telespectatorilor, non-selectivă, aproape ritualică (G. Gerbner et. al., „Growing Up With Television: The Cultivation Perspective", p. 18). Televiziunea aduce în fiecare casă un sistem coerent de imagini şi mesaje. Acest sistem cultivă predispozițiile şi preferințele

care odinioară erau formate de către sursele primare de socializare. În zilele noastre, televiziunea reprezintă principala sursă de socializare pentru populații extrem de eterogene. Rolul de preot şi profesor este mai pregnant şi poate să nască o mai mare îngrijorare în momentul în care mesajele sale sunt divergente, chiar contradictorii față de ceea ce transmit alți agenți de socializare (şcoala, biserica, familia).

Difuzarea inovațiilor

Dezvoltând unele sugestii cu privire la raportul dintre mass media şi canalele de comunicare interpersonală, Everett Rogers va articula teoria potrivit căreia, indiferent de inovația ca atare, indiferent dacă este vorba despre un obiect, o practică sau de o idee, procesul de difuzare urmează un pattern stabil observabil, previzibil: cunoaştere, persuasiune, decizie, adopție.

În etapa de cunoaştere, individul este supus unei campanii de informare despre existența inovației. În etapa de persuasiune, individul îşi formează o atitudine favorabilă sau nefavorabilă față de inovație. Urmează decizia, când individul participă la acțiuni care îl pun în situația de a lua decizia privind adoptarea sau respingerea inovației. În ultima etapă, individul caută confirmări ale deciziei luate şi, în funcție de experiența directă cu inovația, fie o foloseşte în continuare, fie o abandonează.

Delimitarea şi conştientizarea existenței celor patru etape sunt importante deoarece fiecare se caracterizează prin variabile proprii: în prima etapă, de exemplu, contează foarte multe variabilele legate de sistemul social: normele sistemului, deschiderea față de nou, față de neobişnuit. În etapa de persuasiune, în prim plan se află caracteristicile inovației: avantajele comparative, existența unei mostre, utilitate etc. Variabilele associate fiecărei etape impun mesaje diferite, strategii de comunicare diferite, un mix special al surselor de comunicare – oficiale, interpersonale, experte. Rogers propune şi o tipologie a celor care adoptă inovațiile într-un sistem social: cei care inovează, cei care adoptă timpuriu inovațiile, majoritatea timpurie, cei care adoptă târziu inovațiile, cei rămaşi în urmă.

Teoria a inspirat o serie de studii cu privire la difuzarea ştirilor – domeniu de interes particular pentru cei interesați de comunicarea de masă. Cele mai multe studii de acest fel s-au axat pe modul în care informațiile difuzate prin mass media sunt filtrate de canalele de comunicare interpersonală, pe viteza de propagare a ştirilor în cazul unor evenimente ieşite din comun, pe cantitatea de informație care se pierde pe traseul mass media – lideri de opinie – receptor individual, pe competiția care ia naştere, în acest caz, între mass media şi canalele interpersonale.

Teoria capătă o nouă rezonanță în contextul exploziei noilor tehnologii (video, DVD, telefon mobil). În mod particular, difuzarea inovațiilor se remarcă prin faptul că este una dintre puținele teorii izvorâte din domeniul comunicării care a fost „exportată" şi în alte discipline, precum sociologie, sociologie rurală şi medicală, economie, antropologie.

16. „Domeniul e plin de tehnicieni, dar oamenii cu idei nu sunt prea numeroşi"

„Cercetarea şi teoria comunicării au înflorit dintr-o varietate de surse disciplinare. Cei care s-au aplecat asupra comunicării s-au concentrat fie pe probleme teoretice, fie pe probleme «practice». Astfel, avem astăzi de-a face, pe de o parte, cu o junglă de sisteme şi concepte şi, pe de altă parte, cu o masă de date empirice nedigerate şi de multe ori sterile, pe de alta". Pare să fie unul dintre comentariile recente formulate în legătură cu cercetarea empirică a comunicării de masă. Surprinzător, este vorba despre un diagnostic pe care Wesley şi MacLean l-au pus domeniului încă din 1957, când şi-au lansat celebrul model cu privire la .... (B. Wesley, M. MacLean, A conceptual model for communication research, Journalism Quarterly 34, 31 – 38, p. 31). Aceasta pare să rămână, în continuare, suferința de bază a cercetării empirice a comunicării – *lipsa propensiunii spre teorie*, spre sinteză teoretică. Progresul teoretic nu a ținut pasul cu progresul tehnicilor, iar fără o dezvoltare conceptuală adecvată, ştiința nu poate depăşi un anumit stadiu incipient.

În continuare, schemele teoretice sunt mai apropiate de vechile preocupări din ştiințele sociale, iar cercetarea se află într-un stadiu în care, în loc să se caute formularea unor noi teorii, vechile teorii sunt testate şi retestate, extinse, în condiții noi, introducând variabile noi, încrucişând diverse variabile, mărind volumul eşantioanelor: „a studia astăzi comunicarea de masă nu înseamnă mai mult decât a face noi studii, aplicând noi metode de cercetare, noi metode de eşantionare prin care să fie testată o «mare» teorie" (Wartella). De aici şi îndemnul – deloc de neglijat – ca eforturile tinerilor cercetători să fie canalizate în direcția cunoaşterii şi organizării observațiilor şi constatărilor deja propuse existente mai degrabă decât în cea a testării – din ce în ce mai sofisticate – a diverselor aserțiuni teoretice.

Cercetarea comunicării de masă cunoaşte, în continuare, succes academic, instituțional şi social, fapt dovedit de indicatori precum numărul de studenți, profilul cursurilor de comunicare prevăzute în planurile de învățământ ale universităților, profilul principalelor reviste,

ale corpului profesoral şi al principalilor editori de cărţi şi de reviste, numărul granturilor de cercetare. Succesul academic şi instituțional nu este egalat, însă, de un succes intelectual comparabil. Tradiția de cercetare a efectelor nu a generat consens în ceea ce priveşte „legile" comportamentului uman, legile „influenței" mass media. Efortul de a ajunge la astfel de legi eşuează de multe ori în academicism (Carey), adică în repetarea „solemnă" a ceea ce nu poate fi pus la îndoială. Ştiința, în acest caz, nu mai înseamnă descoperire, inovație, ci reproducerea a ceea ce se ştie deja. Semnul cel mai sigur al acestei stări de fapt îl constituie refugiul pe termen lung în metodă – *ritualul statistic* amintit anterior – în defavoarea substanței, ca şi cum dacă am aplica metoda corect, am obține rezultate corecte.

Există preocupări de a reuni cele mai diverse rezultate de cercetare în teorii-cadru, care să conducă eforturile de cunoaştere şi să regleze rezultatele – cum ar fi cultivarea, utilizări şi recompense, agenda-setting, persuasiunea. Există, de asemenea, şi preocuparea de a identifica teme perene ale cercetării comunicării de masă, care să nu poată fi reclamate de alte discipline apropiate – cum ar fi selectivitatea media. Cu toate acestea, încercările de-a lungul ambelor dimensiuni – teorie-cadru şi teme unificatoare, nedisputate cu alte domenii – nu au fost finalizate, iar cercetarea efectelor mass media încă se află în căutarea/aşteptarea TEORIEI efectelor. Ceea ce justifică verdictul aspru: „domeniul e plin de tehnicieni, dar oamenii cu idei nu sunt prea numeroşi".

Se poate avansa ipoteza că oamenii cu idei – o nouă generație de cercetători care să se ridice la nivelul generației celor patru întemeietori – ar putea apărea – dacă vor fi îndeplinite două condiții:

1. comunicarea se va întoarce cu fața spre viitor; spre deosebire de alte domenii ale cunoaşterii, teoria comunicării teoria comunicării nu s-a dezvoltat cu fața spre viitor, ci, într-un anumit sens, a crescut cu fața la trecut, încercând să încorporeze, retrospectiv, diverse tradiții de cercetare şi de reflecție, cum ar fi, de exemplu, teoria retorică (Craig);
2. cercetarea în comunicare va porni de la ideea de comunicare ca mod fundamental de explicație; până acum, există puține cazuri de cercetări care explică fenomenele psihologice, sociale, economice prin prisma comunicării, iar tendința principală este de a intepreta fenomenele de comunicare ca fiind determinate de factori psihologici, sociali şi economici (Deetz, 1994, p. 568). Pentru a fi la înălțimea fondatorilor, cercetarea contemporană trebuie să nu mai conceapă comunicarea ca perspectivă secundă, care poate fi explicată de variabile precedente de natură psihologică, sociologică sau economică. Comunicarea însăşi reprezintă fenomenul primar, procesul social constitutiv, care explică toți ceilalți factori.

Optimismul lui Schramm, referitor la capacitatea noii discipline a comunicării de a salva disciplinele înrudite de la fărâmițare excesivă, capătă o nouă rezonanță în acest context. Declarația sa ar putea fi parafrazată în felul următor: disciplina are nevoie ea însăşi de o nouă perspectivă –orientată spre viitor, ghidată de gândirea comunicării ca fenomen primar, constitutiv, perspectivă care să o salveze de la fărâmițare excesivă şi, în cele din urmă, de la irelevanță.

Bibliografie

Chaffee, S. (1977). The diffusion of political information. In Chaffee, S. (ed.). *Political Communication*. Beverly Hills, CA: Sage.

Deutschmann, P.J. (1963). The mass media in an underdeveloped village. *Journalism Quarterly, 40*, 1, 27-35.

Halloran, J.D. (1983). A case for critical eclecticism. *Journal of Communication, 33*, 3, special issue *Ferment in the Field*, 270-278.

Mead, G.H. (1965). *George Herbert Mead on social psychology. Selected Papers*. Edited and with an introduction by Anselm Strauss, Chicago: University of Chicago Press.

Newell, A. (1990) *Unified theories of cognition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Peters, J.D. (1999). *Speaking into the air: A history of the idea of communication*. Chicago: Chicago University Press.

Potter, J.W., Cooper, R., & Dupagne, M. (1993). The three paradigms of mass media research in mainstream communication journals. *Communication Theory, 3*, 317-336.

Rogers, E.M. (1994). *A history of communication study. A biographical approach.* New York: The Free Press.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press, 4th edition.

Rogers, E.M. & Chaffee, S.H. (1994). Communication and journalism from "Daddy" Blayer to Wilbur Schramm. A Palimpsest. *Journalism Monographs, 148*.

Schramm, W. (1957). Twenty years of journalism research. *Public Opinion Quarterly, 21*, 91-107.

Schramm, W. (1997). *The beginnings of communication study in America. A personal memoir*. Ed. by Chaffee, S. H. & Rogers, E.M. Thousands Oaks, CA: Sage.

Shoemaker, P.J (1996). Hardwired for News: Using Biological and Cultural Evolution to Explain the Surveillance Function. *Journal of Communication, 46*, 3, 32-47.

Wahl-Jorgensen, K. (2000). Rebellion and ritual in disciplinary histories of U.S mass communication study: Looking for "the reflexive turn". *Mass Communication & Society, 3*, 1, 87-115.
Jennings Bryant, Susan Thompson, *Fundamentals of Media Effects*, McGraw Hill, Boston, 2002
Lazarsfeld, Paul F. (1969). An Episode in the History of Social Research: A Memoir. În Fleming, Donald & Bailyn, Donald (ed.), *The Intellectual Migration. Europe and America 1930-1960*, Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press,
Adorno, Theodor W. (1969). Scientific Experience of a European Scholar in America. (trad. de Fleming, Donald). În Fleming, Donald & Bailyn, Donald (ed.), *The Intellectual Migration. Europe and America 1930-1960*, Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press,
Dennis K. Davis, Stanley J. Baran, Mass Communication and Everyday Life: A Perspective on Theory and Effects, Belmont, CA, Wadsworth, 1981,

Curs 5

Şcoala de la Frankfurt : efectele ideologice manipulative ale mass media

1. O denumire interşanjabilă cu „şcoala critică”

Şcoala de la Frankfurt grupează o serie de autori de notorietate în domeniul filozofiei, sociologiei, politologiei, criticii literare. Baza instituțională a orientării a fost reprezentată de către Institutul pentru Cercetare Socială de la Frankfurt, creat în anii ’20 ca o fundație privată pentru dezvoltarea cercetărilor marxiste interdisciplinare (The Habermas Reader, 2005, p. 6). În 1930, conducerea Institutului este preluată de către Max Horkheimer, care inaugurează o direcție distinctă privind “teoria critică”. După cucerirea puterii de către Hitler, Institutul a trebuit să se mute la Geneva, apoi la Paris şi, după aceea, la New York. Evident, migrează şi figurile reprezentative ale noii orientări. Este vorba despre Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse. Cu Şcoala de la Frankfurt mai sunt asociate şi alte nume, precum Leo Lowenthal, Karl Wittfogel sau Erich Fromm.

Pe pământ american, gânditorii germani lucrează o vreme într-o structură de cercetare asociată Universității Columbia; după aceea, Horkheimer şi Adorno se mută la Santa Monica (California). În timpul războiului, localitatea californiană mai era numită şi “Weimar on the Pacific”, datorită marii concentrări de intelectuali germani care imigraseră (John Durham Peters, 2003, p. 60). Aici cei doi autori scriu lucrarea “Dialectic of Enlightenment”•. După încheierea războiului, Horkheimer şi Adorno se întorc în Germania “cu convingerea că, teoretic şi practic, vom fi capabili să realizăm mai mult decât în altă parte” (Dialectic of Enlightenment, Preface to the New Edition – 1969). Marcuse rămâne şi creează pe pământ american până la sfârşitul vieții.

Despre Şcoala de la Frankfurt s-a scris enorm. Explicația principală este asociată cu valoarea creației pe care o propune această şcoală. La care se adaugă diversitatea domeniilor în care au creat reprezentanții

• Enlightenment înseamnă iluminism. Totuşi, posibila traducere Dialectica iluminismului nu ni se pare potrivită. Francezii au tradus lucrarea sub titlul Dialectica Rațiunii, o formulă mai potrivită, pentru că lucrarea îşi propune să arate de ce Rațiunea promovată de către iluminism şi care părea o forță de emancipare adevărată a ajuns nu o forță de emancipare, ci, dimpotrivă, una de subjugare. De aceea, vom folosi titlul lucrării în engleză.

Şcolii de la Frankfurt: filozofie, sociologie, politologie, critică literară. Evident, pe noi ne interesează contribuţia în domeniul comunicării, unde Şcoala de care ne ocupăm înaugurează o direcţie de analiză: cercetarea critică. Perspectiva critică nu se manifestă doar în sfera comunicării. Ea este prezentă în toate domeniile analizate (societatea modernă, cultura contemporană etc) şi este afirmată de la începuturi, când reprezentanţii noii orientări au supus unei analize severe teoria marxistă în general, cu deosebire "marxismul ortodox". Atât de pregnantă este această perspectivă, încât, cum sublinia William Outhwaite, denumirea "Şcoala de la Frankfurt" a ajuns să fie "interşanjabilă cu teoria critică"• (The Habermas Reader, p. 6).

Activitatea orientării de care ne ocupăm se întinde pe un interval de peste o jumătate de secol. Exegezele consacrate Şcolii stabilesc "vârste" şi "generaţii", pentru a ajuta cititorul să-şi reprezinte mai bine atât bogăţia interpretărilor lansate în cadrul acestei orientări, cât şi dinamica interioară, evoluţiile care au avut loc de-a lungul atâtor decenii de creaţie. În ceea ce ne priveşte, considerăm că se poate vorbi de generaţia reprezentată de Horkheimer şi Adorno, a căror operă are, pentru domeniul comunicării, o valoare întemeietoare. Urmează lucrările lui Herbert Marcuse, care pot fi considerate un moment de trecere spre vârsta simbolizată de către Jurgen Habermas, liderul incontestabil al acestei orientări în ultimele decenii ale secolului trecut şi începutul secolului XXI. Autor de mare cuprindere care abordează teme legate de viaţa socială, de impactul tehnologiei moderne, de limbaj etc Habermas are o importanţă deosebită pentru sfera comunicării prin lansarea şi dezvoltarea a două concepte - acţiunea comunicativă şi spaţiul public. Fireşte că prin aceste precizări nu se rezolvă alte dificultăţi asociate cu întinderea în timp a creaţiei reprezentanţilor Şcolii de la Frankfurt şi a fiecărui autor în parte.

Pe parcursul celor peste şase decenii de activitate a reprezentanţilor Şcolii de la Frankfurt, în câmpul comunicării se dezvoltă noi curente şi noi interpretări. Dialectic of Enlightenment apare cu mult înainte de Studiile Culturale Britanice, iar opera autorilor reuniţi sub această

• În sensul ei cel mai general, teoria critică este un tip de abordare care îşi propune să meargă dincolo de aparenţe, să dezvăluie esenţa lucrurilor, substratul diverselor fenomene care scapă înţelegerii comune. Teoria critică este asociată frecvent cu activitatea gânditorilor reuniţi sub denumirea Şcoala de la Frankfurt. Acest real compliment se explică prin demersul lor eminamente critic la adresa teoriei de la care se revendicau – marxismul. Spre deosebire de acesta, reprezentanţii Şcolii de la Frankfurt consideră că determinarea configuraţiei vieţii sociale de către economie nu mai poate fi împărtăşită şi accentuează importanţa culturii în viaţa modernă. În optica lor, potenţialul eliberator al iluminismului a fost pervertit şi a luat forma unei opresiuni de tip special, care oferă din abundenţă bunuri dar răpeşte libertatea reală. Într-un asemenea context, reprezentanţii Şcolii de la Frankfurt promovează o viziune critică în ceea ce priveşte rolul culturii de masă şi a mijloacelor de informare în masă, considerate a îndeplini un rol ideologic manipulator.

denumire nu poate fi temeinic înțeleasă în afara deschiderilor pe care le operează Horkheimer şi Adorno în lucrarea citată. Prin urmare, este normal să tratăm mai întâi Şcoala de la Frankfurt, pentru că, în felul acesta, respectăm criteriul cronologic şi conferim recunoaştere influențelor reale exercitate de către teoria critică. Numai că Şcoala de la Frankfurt acoperă toată perioada postbelică. Sub acolada de timp reprezentată de cei peste 60 de ani scurşi de la încheierea războiului au loc marile regândiri ale studiului comunicării, de la Studiile Culturale Britanice la determinismul tehnologic şi şcolile semiotice. Dacă putem vorbi cu temei despre influența reală a Scolii de la Frankfurt asupra acestor orientări, nu putem să nu menționăm că şi gânditori aparținând filiației critice au fost, la rândul lor, influențați de aceste adevărate revoluții în interpretarea comunicării.

Poziții importante ale gândirii critice în sfera comunicării vom găsi, de pildă, şi în anii ’90, după ce activitatea Studiilor Culturale Britanice sau a Şcolii de la Toronto se încheiase. Deci după ce studiul comunicării evoluase mult şi se îmbogățise considerabil. Semnificativă în această direcție este Prefața scrisă de către Habermas cu prilejul reeditării lucrării sale „Sfera publică şi transformarea ei structurală”. Reeditarea are loc în 1990, la aproape 30 de ani de la apariția lucrării. Autorul precizează că nu a mai avut timp să rescrie lucrarea, cum ar fi impus reinterpretările comunicării intervenite între timp, dar îi adaugă o prefață consistentă, în care face trimitere expresă la multe asemenea cuceriri. Un exemplu. Habermas mărturiseşte că, la prima ediție, avusese în vedere modelul explicativ bazat pe „o înlănțuire liniară de efecte” inspirat de cercetările lui Lazarsfeld, model supus unei critici severe în anii ’70. *“Distincția pe care o operează Stuart Hall între cele trei strategii diferite de interpretare ale spectatorilor, care ori se supun structurii ofertei, ori i se opun, ori sintetizează oferta prin interpretări proprii, arată limpede schimbarea de perspectivă în raport cu modelele explicative mai vechi, care mai contau încă pe o înlănțuire liniară de efecte”(Sfera publică, 1998, p. 26)*. Dincolo de aceste complicații ivite datorită întinderii în timp a activității Şcolii de la Frankfurt, am considerat potrivit să plasăm această orientare imediat după orientarea empirică, urmând ca evoluțiile interne ale orientării, sau ale creației unor autori, să le cuprindem prin prezentarea diferitelor opere semnificative din cadrul gândirii critice.

Şcoala de la Frankfurt este importantă pentru noi din mai multe puncte de vedere. În primul rând, apariția şi dezvoltarea sa ilustrează una dintre puținele situații când o idee, o interpretare de relief din domeniul comunicării, apar ca o reacție, ca un răspuns la ceea ce exista anterior. Putem spune că Şcoala de la Frankfurt apare şi ca o reacție la orientarea empirică. Este un dialog de opere, de viziuni, de interpretări cu privire la

evoluția comunicării. Există în această privință o polemică instructivă, cea dintre Lazarsfeld şi Adorno, primul întruchipând orientarea empirică, cel de-al doilea pe cea critică. Direcția empirică se dezvolta rapid iar Adorno, gânditor european şi el, dar care a rămas ataşat filiației teoretice şi critice, protestează împotriva reducerii faptului de cultură la simple măsurători şi evaluări empirice.

2. Cum ar trebui să evolueze studiul comunicării? Doi autori şi două viziuni se înfruntă

Este importantă această înfruntare de opinii, poate mai importantă decât cea dintre Lippmann şi Dewey, pentru că are loc într-un moment când cercetarea comunicării îşi căuta cu înfrigurare făgaşul de înaintare. Când se vorbea nu de public, de opinie publică sau de presă, ci de comunicare de masă şi evoluția acesteia. Ne aflam în pragul celei de-a doua conflagrații mondiale, când studiul comunicării dobândise o mică experiență, suficientă însă pentru a declanşa dezbaterea privind viitorul acestui domeniu şi, mai ales, direcțiile pe care urma să înainteze. Este momentul în care dezbaterea cu privire la modul în care trebuie studiată comunicarea se amplifică. Unii cercetători susțineau că utilizarea metodelor ştiințifice riguroase, care să ofere rezultate clare, să nu permită interpretări echivoce, reprezenta drumul ce trebuia urmat, în timp ce alții subliniau că un fenomen atât de complex, precum comunicarea, era obligat să fie deschis şi metodelor de cercetare specifice disciplinelor umaniste, teoriei literare şi esteticii. Problema modului de cercetare a comunicării i-a găsit divizați pe doi dintre cei mai cunoscuți şi promițători cercetători ai momentului, Paul Lazarsfeld şi Theodor Adorno.

Proveniți din mediul academic german şi influențați puternic de această tradiție, Lazarsfeld (absolvent al Universității din Viena) şi Adorno (care îşi făcuse studiile universitare la Frankfurt) vor urma, după emigrarea în Statele Unite, trasee diferite. În 1938, în poziția de director al Biroului de cercetare a radioului de la Universitatea Princeton, Lazarfeld îl invită pe Adorno să se alăture acestei echipe de cercetare. După propriile mărturisiri, Lazarsfeld fusese cucerit de studiile efectuate deja de către Adorno asupra radioului, muzicii pop şi modificărilor pe care le suferă receptarea muzicii clasice în momentul în care intră pe traseul difuzării de masă. Lazarsfeld spera să „îl facă pe Adorno să îşi susțină ideile prin cercetări empirice" (Lazarsfeld, 1969, 322). În curând, abordările, de la bun început diferite ale celor doi autori, s-au transformat într-o dispută aprinsă. Lazarsfeld îi cere lui Adorno să redacteze un raport de cercetare, acesta scrie un memorandum cu privire la fenomenul de „fetişizare" în industria muzicală modernă, pe care îl va publica sub titlul

„On the Fetish Character of Music and the Regression of Hearing" – „Cu privire la fetişul în muzică şi la regresul simțului muzical" - (1938/2006). Adorno subliniază faptul că interviurile sau chestionarele nu constituie metode adecvate, deoarece opiniile exprimate de subiecți nu pot fi cercetate de sine stătător, deoarece ascultătorul modern, sub presiunea standardizării şi comercializării muzicii, a tranformării acesteia într-o marfă care trebuie să se vândă, cunoaşte un proces de atrofiere a simțului auzului, reacționând doar la ceva ce a mai auzit deja.

Lazarsfeld critică memorandumul pentru faptul că este lipsit de „dovezi empirice. Adorno părăseşte echipa de cercetare iar, după plecarea sa, Max Horkheimer dedică un număr special al revistei pe care o coordona, *Studies in Philosophy and Social Science*, comunicării de masă în societatea modernă (1941). În acest număr, Lazarsfeld publică un articol, în care diferențiază între cercetarea administrativă – de genul celei efectuate la Biroul de cercetare a radioului – şi cercetarea critică – pe care a sperat, la un moment dat, să o poată conecta, prin intermediul lui Adorno, preocupărilor de natură empirică, preponderent cantitative. Chiar dacă aşteptata colaborare cu Adorno nu a cunoscut cea mai fericită evoluție, Lazarsfeld nu a respins, în totalitate, validitatea abordării critice: „de la bun început, tradiția [de cercetare de la Princeton şi apoi de la Columbia] a subliniat importanța unei abordări cât mai diversificate" (Lazarsfeld, 1969, p. 283).

Potrivit lui Lazarsfeld, cercetarea administrativă se focalizează pe următoarele întrebări:

- Cine sunt cei care sunt expuşi mesajelor media?
- Care le sunt preferințele?
- Care sunt efectele asupra lor, ca urmare a unor modalități diferite de prezentare a mesajului?
- Cum pot fi demonstrate ştiințific şi măsurate aceste efecte?

Cercetarea critică ridică întrebări de genul:

- Cum sunt organizate şi controlate instituțiile media?
- Care sunt consecințele presiunii exercitate asupra instituțiilor media, ca urmare a tendinței spre centralizare, standardizare şi comercializare?
- Constituie aceste tendințe, chiar dacă „mascate", o amenințare la adresa valorilor umaniste?
- Cum este modelat procesul de comunicare de către factorii de natură politică, legislativă, economică şi instituțională?

Pozițiile celor două personalități au apărut drept ireconciliabile, lucru dovedit şi de faptul că Adorno încetează cooperarea cu Lazarsfeld. Într-o schiță autobiografică, primul declara deschis: „*consider că obiectivul de cercetare pe care mi l-am asumat este acela de a interpreta fenomenele, nu de a identifica, sorta şi clasifica faptele şi, apoi, de a le*

prezenta drept informație" (Adorno, 1969, p. 339). Din proiectul de cercetare coordonat de către Lazarsfeld, Adorno nu reține decât faptul că reprezenta o încercare, într-adevăr substanțială, de a „aduna date, care să fie utilizate în beneficiul industriei media" (Adorno, *ibidem,* p. 343). Adorno refuză să stipuleze existența efectelor şi, apoi, să măsoare intensitatea lor, în absența unei analize a „stimulului" ca atare, a „conținutului obiectiv la care reacționează consumatorii": „*ceea ce era axiomatic potrivit normelor de atunci ale cercetării sociologice – anume că punctul de plecare al analizei îl constituie reacțiile subiecților, ca şi cum acestea ar reprezenta sursa primară şi definitivă a cunoaşterii sociologice – mi se părea a fi o abordare total superficială şi greşită"* (Adorno, idem).

Cele două orientări – cercetare administrativă *vs*. cercetare critică – au fost reformulate în termeni de „cercetare obiectivă" *vs.* analiză interpretativă; prima utilizează metodele ştiințelor behavioriste, testează audiența, măsoară impactul/ efectele, cauta să ofere răspunsuri precise, cea de-a doua consideră că adevărul este subiectiv iar înțelesul ia naştere în urma unui proces de interpretare, face apel la teorie sau la alte interpretări anterioare pentru a înțelege modul în care oamenii ajung să confere înțeles lucrurilor; din start, ea nu oferă şi nu îşi propune să ofere informații de natură cantitativă sau răspunsuri foarte exacte. Cercetarea administrativă/obiectivă tinde să facă apel mai cu seamă la metodele cantitative (experimentul şi ancheta), în timp ce cercetarea critică preferă metodele calitative, aplecându-se asupra studiului simbolurilor, limbajelor şi discursurilor (analiza textuală, studiile etnografice etc.).

Cel puțin pe pământ american, direcția susținută de Lazarsfeld a triumfat şi continuă să reprezinte şi astăzi modalitatea cvasiexclusivă de cercetare a comunicării. Personalitate cu vocație experimentală, Lazarsfeld şi-a dat seama că este orientarea care va imprima rigurozitate studiului comunicării şi va asigura obiectivitate analizelor. Cum reiese şi din pozițiile exprimate chiar în acei ani, din meditațiile sale referitoare la valabilitatea şi aria de valabilitate a cercetării empirice, apărute mai ales în ultima parte a vieții sale, gânditorul american nu a exclus nici un moment şi alte perspective de investigație şi a întrezărit chiar un gen de complementaritate între unghiuri de abordare multiple.

Evoluția ulterioară a păstrat direcțiile prefigurate în această dispută: pe pământ american direcția empirică a rămas dominantă, pe cel european, cea critică. Dezbaterea care are loc acum, cu deosebire în interiorul comunicării americane, exprimă nu atât o criză a studiului comunicării în general, ci a modului empiric, factual, cantitativ, de a concepe şi desfăşura acest studiu. Situația ar fi fost cu totul alta dacă cele două abordări s-ar fi aflat într-un proces de osmoză reală şi, astfel, ar fi îmbogățit şi nuanțat, de la începuturi, procesul de cercetare a comunicării.

Aşa, cea de-a doua viziune a rămas, cel puţin din perspectivă americană, doar anunţată, dezvoltarea ei reală făcându-se pe sol european. Rezultatul? Un gen de „specializare" la nivel continental în ceea ce priveşte studiul comunicării. Problema aici nu este că sunt două perspective, nici că ele s-au dezvoltat la nivelul a două continente diferite, ci că nu au comunicat între ele, că nu au prelucrat şi interpretat experienţe comune sau similare, că au avut o evoluţie în bună măsură paralelă.

3. O nouă polemică axată pe rolul artei în epoca producţiei de masă

Când vorbim de orientări şi direcţii de cercetare, gândul ne duce la disputele care au loc între aceste orientări, între autorii care le simbolizează. Cum a fost şi cazul disputei relatate mai sus. Neglijăm, uneori trecem cu vederea, disputele din interiorul aceleiaşi orientări. Care previn interpretarea simplistă potrivit căreia o direcţie de cercetare ar lua naştere peste noapte, zămislită fiind de o minte strălucită. În general, orientările mari sunt generate de dispute înterne în care se forjează şi se nuanţează ipotezele de plecare, urmând ca evoluţia ulterioară să le îmbogăţească prin noi abordări, prin consolidări profesionale şi dezvoltări de viziune. Şcoala de la Frankfurt cunoaşte şi un asemenea dialog intradoctrinar. Este vorba despre dialogul tip confruntare, care are loc în deceniul al patrulea din secolul trecut, între Walter Benjamin şi Theodor Adorno.

În 1936, Walter Benjamin• elaborează un studiu intitulat „The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction" (Opera de artă în epoca reproducerii mecanice). Să menţionăm că Walter Benjamin este un autor cu un destin dramatic. La scurtă vreme după ce scrie studiul de mai sus doreşte să părăsească Germania. Solicitarea este respinsă de autorităţile vremii; probabil şi de teama unor persecuţii (era evreu) se sinucide. Prin natura preocupărilor, prin viziunea împărtăşită, el face parte din galeria membrilor Şcolii de la Frankfurt. Autorii lucrării

• Walter Benjamin a fost un autor de relief în domeniul teoriei culturii şi "în mod cert, cel mai important care s-a identificat cu tradiţia marxistă" (A Dictionary of Cultural and Critical Theory, 2001, p 53). Sfera largă de preocupări ale autorului i-au adus aprecierea de "predecesor al pluralismului omnivor al Studiilor Culturale" (Idem). A avut relaţii strânse cu Theodor Adorno şi Bertholt Brecht. Una dintre cele mai importante contribuţii ale autorului este interpretarea mai adâncă a influenţei tehnologiei asupra experienţei culturale. În secolul XX, potrivit lui Benjamin, cultura se deosebeşte de alte perioade istorice prin "reproductibilitate" (reproducibility). Mijlocul tehnic de mare impact social dă posibilitatea apariţiei unui conţinut colectiv, aflat în expansiune. În acelaşi timp, conţinutul este încastrat în caracterul de fetiş al bunului cultural, ceea ce ne face să nu mai sesizăm cum se cuvine legătura dintre experienţa condensată în opera de artă şi contextul social în care a apărut. Opera apare astfel "suspendată" de determinarea ei socială.

Canonic Texts in Media Research consideră studiul The work of Art... drept un text fundamental şi îi consacră o analiză de sine stătătoare, sub semnătura lui Paddy Scannell (Paddy Scannell: Benjamin Contextualized, op. cit.). Studiul elaborat de Benjamin în 1936 reprezenta o contribuție la o dezbatere aprinsă a momentului privind soarta operei de artă în, pe atunci, noua epocă a „culturii de masă". Publicarea sa a intervenit mult mai târziu, la mijlocul anilor '50, în Germania. În 1968, un volum cu diferite eseuri ale sale, conținând şi studiul respectiv, este publicat în engleză; beneficiind de circulația largă a limbii engleze, studiul trezeşte un real interes şi va contribui la cunoaşterea creației unui autor care, altfel, ar fi fost uitat. Este adevărat că la consacrarea postumă a autorului contribuie şi Hannah Arendt, prieten şi admirator al lui Benjamin, care scrie pentru volumul de care am amintit „un eseu introductiv briliant" (Benjamin Contextualized, p.74).

Dominantă în epocă era întrebarea privind influența culturii de masă asupra „masei". Teza de la care pleacă Benjamin este aceea că arta şi-a pierdut „aura" ei specifică, exprimată prin două caracteristici esențiale: unicitatea şi distanța. Orice operă de artă este unică, singulară, şi acest lucru contribuie la fascinația pe care o exercită asupra noastră. Mona Lisa este unică şi, în plus, se află plasată într-un anume loc, la distanță de noi. Distanța, a doua caracteristică a operei de artă, nu poate fi învinsă decât dacă mergem la locul unde se află opera respectivă. Astăzi, spune Benjamin, cele două caracteristici care stăteau la baza „aurei" de altădată a operei de artă nu mai există. Opera de artă poate fi multiplicată în milioane de exemplare şi, astfel, unicitatea se suspendă. Multiplicarea ne ajută să învingem şi cea de-a doua caracteristică, distanța. Nu mai este nevoie să mergem neapărat la muzeu, ori acolo unde există opera de artă, deoarece copia ei ne poate însoți oriunde.

În momentul în care se reproduce, problema autenticității dispare, se suspendă. „Noțiunea însăşi de autenticitate nu are nici un sens pentru o reproducere, indiferent dacă este tehnică sau nu" (2002, p. 109). Opera de artă este atinsă în punctul său cel mai sensibil: autenticitatea, „aura". Ceea ce nu s-a produs decât o dată, opera de artă, ia, prin intermediul multiplicării, forma unui fenomen de masă, care dă posibilitatea consumului de artă să se producă oricând şi oriunde

Dacă privim mai atent la aceste transformări, vom descoperi implicații mai adânci, pe care suntem tentați să le trecem cu vederea. De pildă, în trecut existența operei de artă implica un tip de consum, bazat în principal pe ritual. Faptul că o operă era unică şi la distanță imprimă un tip de unicitate a consumului. Vizitarea unui muzeu, lua forma unei solemnități, a unui adevărat ritual. Democratizarea operei suspendă funcția solemnă şi ritualică pe care le presupunea, cândva, receptarea. „Dar în clipa în care criteriul autenticității nu se mai aplică producției

artistice, precizează Benjamin, se produc răsturnări şi la nivelul funcţiei sociale a artei. În loc să se întemeieze pe ritual, ea se întemeiază, de acum înainte, pe o altă practică – politica" (ibidem, p. 113).

Autorul ne propune o lectură diferită de cea a principalilor reprezentanţi ai Şcolii de la Frankfurt privind rolul mijloacelor tehnologice, cele care fac posibil consumul cultural de masă. Benjamin sesizează şi un potenţial transformator al acestor mijloace, potenţial care ar putea fi pus în valoare cu o condiţie: autorul lucrării de artă să-şi regândească rolul, pornind de la contextul schimbat în care trăieşte. Altădată, autorul putea fi solitar. Ni-l puteam imagina situat pe un piedestal. Astăzi, caracterul noilor mijloace, forţa de impact, aria de adresabilitate, operează un tip de selecţie a mesajului. Pentru mijloace cu o capacitate de difuzare aşa puternică, mesajul solitar, chiar dacă substanţial, poate reprezenta un interes redus. Prin urmare, avem de-a face cu o adevărată selecţie a mesajului operată de către forţa impresionantă a mijloacelor de comunicare (judecată care îl apropie pe Benjamin de poziţiile unui gen de determinism tehnologic pe care îl vom aborda în cadrul Şcolii de La Toronto).

În alţi termeni, nimeni nu interzice ca prin mijloacele de comunicare în masă să fie transmise mesaje care se adresează unui grup restrâns, numai că acel mesaj nu va întruni o audienţă largă. Mijlocul – puternic – realizează un gen de joncţiune strategică cu audienţa. Acest binom – mijloc de comunicare/audienţă extinsă – solicită, „comandă" un mesaj cu largă adresabilitate. Mijlocul de comunicare şi forţa acestuia realizează un lucru surprinzător: compatibilizarea mesajului şi a audienţei. Mesajul de impact trebuie neapărat conectat cu preocupările maselor, iar autorul de succes este cel care ştie să capteze opiniile audienţei şi să le dea expresie. Important este că, aşa cum ramarca şi Paddy Scannell, Benjamin schiţează o nouă relaţie între autori, produse şi audienţă. *„Relaţie care nu constă în preamărirea autorului (ca geniu), ori a operei (ca întruchipare a adevărului şi frumuseţii) de către o audienţă fascinată, ci o relaţie mai cooperantă, apropiată de cea simetrică şi în care autorul coboară de pe piedestal, se integrează audienţei, îi preia opiniile şi le exprimă în operele sale"* (Citat în Paddy Scannell, art. cit. p. 79).

Există, după părerea lui Benjamin, un consum diferit imprimat de însăşi natura operei respective. De pildă, o pictură nu poate fi consumată „colectiv", ci numai individual, pe când o construcţie arhitectonică, da. Sunt situaţii când o operă este multiplicată pentru a prilejui un consum din partea a cât mai multor oameni, aşa cum sunt situaţii în care o producţie artistică este destinată din start multiplicării (cazul fimului). Pentru Benjamin, masa nu este o categorie cu conotaţie în întregime negativă. Şi nici disjuncţia care se face între divertisment şi consumul cultural autentic nu este întrutotul împărtăşită de autor. „Masa, spune el,

are o matrice din care, în zilele noastre, apare un ansamblu întreg de atitudini noi față de operele de artă. ..Masa crescândă a participanților a produs o schimbare a modului de participare" (ibidem, p. 128). Citându-l pe Duhamel care numeşte filmul „un mod de a se recrea pentru zeloți, un divertisment pentru analfabeți, pentru creaturi jalnice, abrutizate de muncă şi de griji... un spectacol care nu pretinde nici un efort, nu presupune nici o ordine în idei, nu pune nici o întrebare, nu abordează serios nici o problemă, nu provoacă nici o pasiune, nu aprinde nici o lumină în suflet şi nu trezeşte o altă speranță în afară de cea ridicolă de a deveni cândva <star> la Los Angeles", Benjamin comentează semnificativ: "aceeaşi veche lamentație, conform căreia masele vor să se distreze, în vreme ce arta cere concentrare din partea spectatorului. E un loc comun…Divertismentul şi concentrarea se află la poli opuşi, ceea ce ar putea fi formulat după cum urmează: un om care se concentrează în fața unei opere de artă este absorbit de ea. El intră în ea …Dimpotrivă, în cazul divertismentului, opera de artă pătrunde în masă şi este absorbită de către ea. Ilustrarea cea mai semnificativă o constituie clădirile. Arhitectura a reprezentat dintotdeauna modelele unei opere de artă care nu este receptată decât în mod colectiv şi ca divertisment. Legile receptării ei sunt foarte instructive " (idem)

De aceea, pentru a înțelege relația dintre mase şi opera de artă se cere pornit de la cea mai veche artă, de la arhitectură şi modul său de acțiune. Un edificiu poate fi receptat tactil – deci ca o clădire care răspunde anumitor nevoi şi întruneşte o serie de cerințe de funcționalitate – şi vizual, ca un monument. De regulă, primul tip de percepție este neglijat şi se vorbeşte numai despre contemplare vizuală. Este bine să fie relevată receptarea tactilă pentru că, în primul rând, ne-am obişnuit prea mult cu ea şi o considerăm subânțeleasă şi, apoi, ea întregeşte percepția asupra edificiului respectiv. Într-un fel similar stau lucrurile în cadrul distracției. Pe parcursul divertismentului, o persoană „îşi poate forma deprinderi", poate examina ceea ce vede sau aude, evalua, poate „duce la bun sfârşit sarcini"etc. Există o formă de receptare specifică divertismentului care poate contribui în mod real la îmbogățirea spirituală a participantului. Numai că această latură a percepției noastre a devenit şi ea „obişnuință" şi este nesocotită, neglijată, ca şi receptarea tactilă, în cazul unui edificiu arhitectonic. „Această formă de receptare pe calea divertismentului, care este din ce în ce mai evidentă în toate domeniile artei şi este ea însăşi un simptom al schimbărilor profunde la nivelul apercepției, îşi găseşte în cinematografie cel mai bun teren de exercițiu" (ibidem, p.129).

În demersul său, Harold Benjamin este vizibil influențat şi de viziunea lui Bertolt Brecht despre teatru şi misiunea teatrului în epocă. În interpretarea acestuia, teatrul nu făcea decât să consolideze opiniile

audienței – reprezentată în primul rând de clasa de mijloc. Teatrul nu invita la meditație asupra condiției umane, nu supunea unei examinări mai profunde valorile şi atitudinile existente. De aceea, consumul teatral apărea ca un „consum culinar". Bertolt Brecht îşi propunea să schimbe situația. În primul rând, să diversifice audiența prin atragerea altor segmente sociale care, în mod tradițional, nu mergeau la teatru. Apoi, să prefacă mesajul invitând audiența să mediteze la problemele lumii contemporane, la prefacerile din cadrul acesteia, eventual la misiunea ei în acest context. Într-un cuvânt, precizează cunoscutul om de teatru, dacă realitatea se schimbă, atunci se cer schimbate şi modul cum ne reprezentăm această schimbare, mijloacele prin intermediul căreia îi dăm glas. Ceea ce înseamnă un nou tip de angajament din partea autorului, făcut în numele unei alte audiențe. Teatrul poate juca un rol în acest tip de prefacere. Prima condiție în acest scop este ca el să-şi regândească rolul, să nu se limiteze la consolidarea atitudinilor existente.

Replica lui Adorno cunoaşte doi paşi. La 3 martie 1936, îi trimite o scrisoare lui Walter Benjamin în care afirmă că atât arta înaltă, cât şi cea produsă pe scară industrială şi destinată consumului „poartă stigmatul capitalismului", că amândouă „iau naştere prin sfâşierea libertății totale în două jumătăți care nu mai refac întregul inițial" (în J.M.Bernstein, Introduction, Theodor Adorno, The Culture Industry, p. 2) Cu doi ani mai târziu, Adorno publică eseul "On the Fetish Character in Music and the Regression of Listening" (Cu privire la fetişul în muzică şi la regresul simțului muzical), eseu care, după cum aprecia şi J.M. Bernstein, „trebuie privit drept un răspuns polemic la adresa articolului „The Work of Art..." în care dezvoltă perspectiva opusă, potrivit căreia cultura de masă reprezintă o formă mai rafinată de reproducere a raporturilor sociale existente. Cum mărturiseşte şi Paddy Scannell, problema nu este de a tranşa între aceste perspective, ci de a releva complexitatea rolului social şi politic al artei în condițiile producției de masă. Răspunsul cel mai elaborat la această problemă îl găsim în capitolul Enlightenment as Mass Deception (Rațiunea ca dezamăgire de masă) din lucrarea Dialectic of Enlightenment. Prin urmare, vom insista pe larg asupra acestui capitol care schițează o direcție de cercetare.

4. Ideologie, hegemonie, dominație

Nu vom putea înțelege cum se cuvine creația Şcolii de la Frankfurt fără a face referiri, succinte, la anumite noțiuni centrale pentru această Şcoală, cum ar fi cele de ideologie, dominație, hegemonie, consens. Cum precizam la început, Şcoala de la Frankfurt este de sorginte marxistă,

reprezentanţii ei propunându-şi o regândire a acestei doctrine în spiritul epocii în care au trăit . Regândirea însemna reexaminarea propoziţiilor de bază ale marxismului, în primul rând a rolului clasei muncitoare, ca actor privilegiat în răsturnarea ordinii sociale. Modelul explicativ marxist al evoluţiei şi al prefacerii societăţii capitaliste era destul de schematic. El punea accentul pe conflictul dintre cele două clase ale societăţii capitaliste – burghezia şi clasa muncitoare - respectiv pe conflictul dintre ideologiile lor.

În sensul ei larg, ideologia desemnează ideile şi reprezentările dominante ale unui moment istoric. În epoca feudală, aceste idei erau cele de onoare, de bravură, de pietate şi cavalerism. În epoca burgheză, au apărut noi idei dominante, cum ar fi cele de individualism, profit, piaţă etc. Ceea ce aduce nou marxismul în acest domeniu este reliefarea conţinutului social şi politic al ideologiilor. Acestea nu sunt neutre, ci contribuie la legitimarea unui sistem şi, implicit, la reproducerea ierarhiilor de putere existente. Grupurile conducătoare folosesc producţia culturală şi pe reprezentanţii ei - scriitori, ziarişti, profesori – pentru a promova modurile de viaţă instituite, pentru a susţine valorile clasei conducătoare. Viziunea marxismului clasic privind ideologia cuprinde două concluzii principale: ideologia este parte componentă a domeniului ideilor, a suprastructurii şi, în această calitate, ea este determinată de nivelul dezvoltării, de „baza" economică a societăţii; în al doilea rând, ideologia este prin excelenţă o creaţie legată de interesele, de valorile, de opţiunile grupurilor (claselor sociale). Ea ascunde ceva sub o formă generală şi aparent obiectivă: interesele, valorile şi opţiunile clasei conducătoare. În felul acesta, în modelul marxist, cele două ideologii, reprezentând interesele celor două clase fundamentale sunt în raporturi ireconciliabile, pentru că exprimă interese ireconciliabile.

Antonio Gramsci – gînditor marxist italian – sesizează schematismul acestei reprezentări şi îşi propune să examineze mai îndeaproape „viaţa internă a sferei ideologice", să releve modul în care o societate produce „idei dominante", să nuanţeze poziţia potrivit căreia aceste idei trebuie neapărat să aparţină clasei conducătoare (Dicţionar Oxford, p.280). Prima mare deschidere pe care o operează Gramsci este reprezentată de introducerea în ecuaţie a noţiunii de societate civilă. Până la el, disputa avea loc între clasele sau grupurile conducătoare şi cele conduse. Era un raport important, dar el era înţeles în mod schematic. Probabil şi de aceea, întemeietorii marxismului accentuau – rigidizând – raporturile de dominaţie. Gânditorul italian distinge între două noţiuni: cea de dominaţie, or de forţă, şi cea de hegemonie, definită drept consensul „*în cadrul lidership-ului intelectual şi moral"*. În felul acesta, ordinea socială este reprodusă cu ajutorul unor grupuri şi instituţii exercitând puterea şi putând apela la mijloace violente (poliţia armata etc)

în timp ce alte instituții (de pildă, biserica, şcoala, sau presa) induc consensul în cadrul ordinii dominante, stabilind hegemonia. „Se pot stabili, deocamdată, două mari <planuri> suprastructurale: acela care s-ar putea numi al <societății civile>, adică al ansamblului de organisme vulgar denumite <private>, şi acela al <societății politice sau al Statului>, şi care corespunde funcției de <hegemonie>, pe care grupul dominant o exercită în întreaga societate, ca şi celei de „dominare directă> sau de comandă care se exprimă prin Stat şi prin guvernarea <juridică>" (Antonio Gramsci, Intelectuali, literatură şi viață națională, 1983, Bucureşti, Editura Univers, p. 9).

Noțiunea de hegemonie se referă la o formă specială de dominație. O dominație care nu mai este bazată doar pe forță, pe instrumentele de constrângere. Cele două clase fundamentale ale societății îşi mențin pozițiile antagonice, dar în procesul de conducere a societății, clasa aflată la putere înțelege să dezvolte programe, să aplice metode, să-şi prezinte propria politică în modalități care să întrunească acceptarea, acordul clasei dominate. Ea este interesată să obțină „ascultarea celor conduşi şi guvernați". Atunci când neglijează acest aspect, când apelează la instrumentele puterii propriu zise, ea poate cunoaşte o criză, care este în primul rând o criză hegemonică. „Criza hegemoniei clasei conducătoare se produce fie pentru că clasa conducătoare a eşuat într-una din marile ei intreprinderi politice pentru care a solicitat sau a impus cu forța consimțământul marilor mase (ca în război), fie pentru că largi mase (îndeosebi de țărani) au trecut brusc de la pasivitate politică la o anumită activitate şi formulează revendicări. Se vorbeşte de <criză de autoritate>, şi tocmai aceasta e o criză de hegemonie, sau criza statului în ansamblu său" (Gramsci, 1969, p. 171-172).

Când se referă la hegemonie, Gramsci are în vedere atât bazele sociale şi mecanismele dominației, cât şi fenomenul dominației ca atare. „Primul element e că există într-adevăr oameni care sunt guvernați şi oameni care guvernează, conducători şi supuşi. Întreaga ştiință şi artă politică se bazează pe acest fapt primordial, ireductibil" (ibidem, p. 148). Ceea ce nu înseamnă că orice grup al clasei dominante poate să ajungă la putere sau că oricine se află la putere deține şi puterea hegemonică. Are loc o competiție de ideologii şi programe. Câştigă grupul care reuşeşte să-şi prezinte propria politică drept cea mai potrivită pentru interesele tuturor celorlalte grupuri, inclusiv ale celor dominate, pentru dezvoltarea de ansamblu a societății. Astfel, există şanse să se realizeze „o unitate intelectuală şi morală", iar un program să fie prezentat drept „universal", „creînd astfel hegemonia unui grup social fundamental asupra unei serii de grupuri subordonate. Statul e conceput, într-adevăr, ca un organism aparținând unui grup, destinat a crea condiții favorabile maximei expansiuni a grupului însuşi, dar dezvoltarea şi expansiunea aceasta e

concepută şi prezentată ca forța motrice a expansiunii universale, a dezvoltării tuturor forțelor < naționale>, cu alte cuvinte grupul dominant este coordonat în mod concret cu interesele generale ale grupurilor subordonate, iar viața de stat e concepută ca o continuă formare şi depăşire de stări de echilibru instabile..."(Gramsci, 1969, p. 167-168).

Conducerea societății de către grupul dominant nu este prezentată ca fiind cea mai bună soluție, ci ca asigurând condiții acceptabile de dezvoltare pentru fiecare clasă şi pentru întreaga societate. „Clasa dominantă este nevoită să creeze şi să alimenteze moduri de a gândi lumea prin prisma cărora dominația ei apare rezonabilă, îndreptățită şi prielnică intereselor societății în ansamblu" (Dicționarul Blackwell, 2007, p. 181). Cum se realizează acest lucru? În primul rând, prin promovarea unor valori care să fie cât mai larg acceptate. Cum ar fi caracterul sacrosant al proprietății private şi împărtăşirea ideii că ceea ce este bun pentru marile corporații, ca întruchipări ale dezvoltării şi afirmării proprietății private, este bun şi pentru societate. La rândul lor, instituțiile sunt portretizate ca întruchipări ale acestor valori şi credințe; ca atare, ele se cer respectate şi protejate.

În acest context dezvoltă gânditorul italian celebra sa teorie despre intelectuali şi rolul lor istoric. Nu intră în rosturile acestui studiu să prezentăm viziunea lui Gramsci despre intelectuali, pătura care întruchipează ideile, cultura, care contribuie decisiv la asigurarea dominației de tip hegemonic. Dorim doar să semnalăm legătura organică dintre activitatea intelectualilor şi înfăptuirea hegemoniei, pe care o subliniază cu deosebire autorul italian. „Intelectualii sunt <comişii>, <mandatarii> grupului dominant pentru exercitarea funcțiilor subalterne ale hegemoniei sociale şi ale guvernării politice, adică: 1. ai consensului <spontan> dat de marile mase ale populației, orientării imprimate vieții sociale de către grupul fundamental dominant, consens care ia naştere <istoriceşte> din prestigiul (şi prin urmare din încrederea) derivată, pentru grupul dominant, din poziția şi funcția sa în lumea producției; 2. ai aparatului coercitiv de stat, care asigură <legal>, disciplina acelor grupuri care nu <consimt> nici activ, nici pasiv şi e constituit, pentru întreaga societate, în perspectiva momentelor de criză, în conducere şi orientare, când consensul spontan încetează." (Gramsci, 1983, p. 90).

Recunoaşterea faptului că societatea existentă nu este cea mai bună, dar este rezonabilă, legitimează diverse grupuri sociale să caute nu numai perfecționări ale sistemului, ci chiar alternative concepute pe aceeaşi bază economică. Construcția autorului italian lasă deschisă posibilitatea apariției unor mişcări contrahegemonice. Prin urmare, teoria hegemoniei implică trei niveluri de analiză: analiza forțelor de dominație, a modalităților prin care forțele politice realizează autoritatea

hegemonică (consensul), cât şi schiţarea forţelor contrahegemonice, a grupurilor şi ideilor care pot contesta şi răsturna hegemonia existentă.

Conceptul de hegemonie este vizibil mai complex şi oferă posibilitatea unei examinări mai nuanţate a societăţii capitaliste. Raporturile de dominaţie propriu zise nu sunt neglijate, ci reponderate. În prim plan apar modalităţile de realizare a consensului, care se pot dovedi mult mai importante decât cele ale recurgerii la forţă. Hegemonia presupune, în acelaşi timp, şi forţe contrahegemonice; în felul acesta, se deschide posibilitatea explicării altui fenomen: cum pot veni la putere orientări diferite pe fundalul aceleiaşi ordini sociale. În sfera socială şi intelectuală are loc o confruntare permanentă de idei, interpretări, soluţii. Când societatea dispune de mijloace de comunicare diversificate, decisiv devine gradul de acceptare a unei idei, câştigarea preeminenţei publice. Cine câştigă victoria în acest plan are toate şansele să câştige victoria politică sau electorală. În acelaşi timp, hegemonia nu poate fi nici înţeleasă, nici exercitată fără a avea în vedere societatea civilă şi complexitatea acesteia, în absenţa mijloacelor de comunicare moderne care asigură circulaţia ideilor, stimulează dezbaterea publică şi consacră interpretările dominante.

Gramsci a ajuns la conceptul de hegemonie, pentru că a dorit să depăşească simplismul abordării marxiste clasice privind cucerirea puterii şi a sesizat importanţa ideilor, a culturii în conducerea societăţii. Nu este suficient să deţii puterea propriu zisă, ci şi să întruneşti o anumită acceptare din partea populaţiei. Trăind în alt timp istoric, în care cultura şi mijloacele de comunicare aveau o importanţă din ce în ce mai mare, autorul italian a regândit procesul cuceririi puterii şi l-a tratat cu instrumentele pe care i le punea la îndemână epoca în care trăia. Identificăm aici un domeniu în care Gramsci se deosebeşte clar de întemeietorii marxismului. Iată ce ne spune în această privinţă Norberto Bobbio, gînditor de relief al istoriei contemporane a Italiei. „S-ar putea spune că la Lenin precumpăneşte semnificaţia de direcţie politică, la Gramsci - cea de direcţie culturală. (...) Pentru Gramsci, cucerirea hegemoniei precede cucerirea puterii, la Lenin o însoţeşte sau de-a dreptul o urmează” (Norberto Bobbio, Apud Florian Potra, Prefaţă, 1983, p. 9).

Într-un asemenea context şi pe fundalul acestei dezbateri în interiorul abordării marxiste apare Şcoala de la Frankfurt. Am arătat împrejurările în care reprezentanţii acestei orientări migrează în SUA. Adorno şi Horkheimer sunt impresionaţi de ascensiunea puterii statului în anii ’30, ascensiune care se materializează atât sub forma fascismului în Germania şi Italia, a comunismului în Uniunea Sovietică dar şi a New Deal-ului în SUA, chiar dacă această ultimă formulă conservă structurile

democratice de conducere socială. Conjunctură care a ilustrat rolul ideologiei în inducerea consensului în sisteme sociale diferite.

Concomitent, reprezentanţii Şcolii de la Frankfurt sesizează importanța socială şi politică a ceea ce, în epocă, s-a numit comunicare de masă şi cultură de masă. Pentru ei, comunicarea şi cultura de masă nu sunt procese neutre şi nu pot fi înțelese dacă le vom desprinde de interesele şi valorile sociale ale grupurilor dominante. În viziunea reprezentanților Şcolii de la Frankfurt, cultura şi comunicarea de masă sunt cele care au contribuția majoră la realizarea consensului, la cultivarea acceptării. În lucrările lor întâlnim cea mai răsunătoare critică făcută până atunci mass media văzute ca instrumente pentru producerea societății de masă, în care oamenii sunt manipulați să accepte statu quo-ul.

Horkheimer şi Adorno sunt primii care extind analiza la un nou domeniu: influența comunicării de masă asupra timpului liber. Ei semnalează că mijloacele de comunicare în masă se situează în centrul activității recreative (leisure activity) şi în această calitate reprezintă factori de prim ordin ai socializării, mediatori ai realităților politice. Instituțiile culturale şi de comunicare nu mai puteau fi privite drept instituții secundare: ele se situau în miezul proceselor de modelare sociale şi nimic nu mai putea fi înțeles făcând abstracție de acest rol central. Ele devin instituții de prim ordin ale societății contemporane şi exercită importante influențe economice, politice, culturale, sociale. Textele culturale nu mai puteau fi văzute nici ele ca fiind neutre, pentru că sunt construite într-un anumit context şi au un „bias" al lor, un mesaj explicit sau implicit. Aşadar, ele se cer privite şi interpretate prin această grilă. Cum remarcau Kellner Douglas şi Gigi Durham, „Şcoala de la Frankfurt a dezvoltat o abordare critică şi transdisciplinară cu privire la studiile culturale şi de comunicare combinând critica economiei politice a media, analiza textelor şi cercetările de receptare a audienței privind efectele ideologice ale culturii de masă şi comunicării"(Kellner Douglas,Gigi Durham, 2002, p. 9).

5. Autodistrugerea raţiunii prin pierderea relației cu adevărul

Pentru studiul istoric pe care îl intreprindem, *Dialectic of Enlightenment* este importantă pentru că fundamentează teoria critică în domeniul comunicării. În primul rând, joacă un rol esențial în fundamentarea teoriei critice. După cum mărturisesc Max Horheimer şi Theodor Adorno în Prefața la ediția italiană, lucrarea este un "fragment".

În ce sens trebuie să înțelegem afirmația de mai sus? Lucrarea a început să fie elaborată din 1942, ca o introducere la teoria societății şi istoriei. Cum proiectul mare nu a mai fost finalizat, Horkheimer şi Adorno au decis să publice un "fragment" - Dialectic of Enlightement – care apare prima dată în 1944 sub titlul Philosophische Fragmente (New York, Social Studies Association, Inc). A doua versiune a lucrării este publicată în 1947, la Amsterdam, de către editura Querido Verlag sub titlul Dialektik der Aufklarung. Potrivit precizării autorilor, această versiune "conține modificări neesențiale comparativ cu textul încheiat în timpul războiului", cu excepția ultimului capitol, "Elemente de antisemintism", modificat mai substanțial. (Max Horkheimer, Theodor Adorno, Dialectic of Enlightment, Preface, 1944 şi 1947, 2002, p. XIX). Există două traduceri în engleză ale lucrării la care ne referim: prima, realizată de către John Cumming (1972, New York, Herder and Herder) şi alta, mult mai recentă, făcută de către Edmunt Jephcott (2002, Stanford, Stanford University Press) pe care am utilizat-o şi noi.

Autorii definesc simplu şi percutant tema centrală a cărții. *„Aporia cu care am fost confruntați în lucrare s-a dovedit a fi prima problemă pe care trebuia să o investigăm, autodistrugerea rațiunii"* (Introducere, XVI). Cum se explică faptul – se întreabă autorii – că rațiunea în epoca iluminismului a apărut ca un mijloc de eliberare a omului şi societății, a prilejuit o reală emancipare, iar astăzi a ajuns un mijloc de dominație, prilejuind recăderea societății în miturile totalitare sau în paranoia naționalismelor. „*Suntem încredințați că adevărata cauză a recăderii rațiunii în mitologie este asociată nu atât de mult cu naționalismul şi alte mitologii care determină o asemenea recădere, cât cu teama de adevăr care pietrifică rațiunea însăşi"* (Introduction, XVI).

Au avut loc din epoca luminilor şi până în zilele noastre – precizează autorii - mai multe sincope care au afectat în diferite feluri efortul în direcția căutării adevărului. Gândirea rațională este inseparabilă de libertate, iar libertatea, cel puțin prin anumite evoluții de care am amintit, a cunoscut momente de regres dramatice. Adevărul implică reflecție şi disponibilitatea de a cuprinde lucrurile într-un tablou de ansamblu, de a nu le fărâmița excesiv. Or fărâmițarea şi analizele focalizate pe probleme de amănunt au influențat implicit şi capacitatea de reflecție şi şansele de a integra diferite evoluții particulare într-o viziune de ansamblu în care putem „citi" mai corect semnificația fiecărui element component.

Potrivit autorilor, *„rațiunea a pierdut relația cu adevărul"* o dată cu plonjarea ei în pragmatism, cu dezvoltarea exclusivă a funcției sale instrumentale. Istoriceşte, acest moment este inaugurat de „şcoala apologetică a lui Comte", care a „uzurpat moştenirea lipsită de compromisuri a enciclopediştilor", dând mâna cu toți cei care li se

opuneau. O asemenea „metamorfoză a criticii în afirmație" nu putea să nu afecteze conținutul gândirii teoretice. Începând cu acest moment nu a mai primat reflexivitatea rațiunii, efortul de a ajunge la adevăr, ci puterea ei de a instrumentaliza demersuri şi acțiuni, de a raționaliza structurile existente, de a mări capacitatea productivă şi de a spori oferta de bunuri pe piață. *„Am ajuns la un stadiu în care gândirea ia forma unui bun iar limbajul pe cea a celebrării acelui bun"* (Introduction, XIX).

6 Triumful rațiunii instrumentale

Mecanismul degradării este identificat în prefacerea care a avut loc în structura componentelor rațiunii, în extinderea a ceea ce autorii numesc „rațiune instrumentală". Rațiunea luminată se supunea obiectului analizat, în efortul de a-i surprinde natura sa adevărată. Metodă care o ferea de derapaje şi generalizări riscante. În plus, scopurile sale nu puteau fi concepute decât în strânsă legătură cu datele particularului. Chiar dacă reprezentau o proiecție, scopurile rațiunii luminate topeau în ele obiectivele şi nevoile particularului. De aceea, ele erau asumate, fiind în acord cu esența particularului.

Transformarea de care vorbesc autorii intervine aici. Rațiunea instrumentală preface radical relația cu particularul. Nu se mai supune particularului, ci îl supune pe acesta unor cerințe generale ale sale. Prețul acestei metode: „dezbrăcarea" particularului de specificitatea proprie, standardizarea şi înserierea sa. *„O asemenea raționalitate trebuie să trateze lucrurile inegale (diferite) ca fiind aceleaşi (egale) şi subsumează obiectele pornirilor irație nale ale subiectului"*. Prin urmare, cunoaşterea nu mai reprezintă o treaptă pentru o proiecție mai largă, ci facilitează un demers de supunere a lucrurilor „de dragul scopurilor şi obiectivelor subiectului". Triumful rațiunii instrumentale care nu ia în calcul trăsăturile intrinseci ale lucrurilor, cele care conferă cu adevărat identitate, nu reprezintă altceva decât triumful proiecției subiective a omului asupra unei realități date. Pentru că nu este o proiecție dedusă dintr-o realitate, ci una impusă, prin amputarea, deformarea, violentarea realității propriu zise. Ceea ce favorizează desprinderea proiectului de realitate şi particularitățile sale.

După opinia autorilor, nu avem de-a face doar cu o preponderență a rațiunii instrumentale, ci chiar cu un proces de substituire prin intermediul căruia rațiunea care subsumează ajunge să fie considerată întreaga rațiune, ceea ce practic blochează posibilitățile de a mai cunoaşte particularul, de a judeca rațional scopurile şi finalitățile sale. Văzută de către iluminism drept un mijloc pentru satisfacerea nevoilor umane, ca instrument destinat să servească libertatea şi fericirea omului, rațiunea

devine propriul său scop şi se transformă în opusul raţiunii, aşa cum fusese ea definită de către epoca luminilor.

Organizarea societăţii capitaliste moderne este menită să asigure împlinirea raţiunii instrumentale şi audodistrugerea raţiunii luminate. În capitalismul modern, întreaga producţie este destinată pieţei iar bunurile sunt produse nu pentru a satisface nevoi umane, ci de dragul profitului, pentru acumularea unui capital cât mai mare. Din nou proprietăţile intrinseci ale lucrurilor sunt sacrificate. Produsul propriu zis nu răspunde unor nevoi precis identificate, ci nevoia este creată pentru a corespunde produsului. Valoarea de întrebuinţare este din ce în ce mai mult dominată de către valoarea de schimb Ceea ce interesează nu este valoarea de întrebuinţare a produsului, ci valoarea lui de schimb. Individul nu cunoaşte mai multă libertate, ci poate doar beneficia de o cantitate de bunuri mai mare. Individul este complet aneantizat în faţa forţelor economice în ascensiune. Atotputernicele aparate de producţie dau impresia că servesc individul; în realitate, indivizii sunt din ce în ce mai mult condiţionaţi în existenţa lor de aceste aparate, până acolo încât ei par produsele acestora.

Adevărul, libertatea, reflecţia devin dacă nu valori străine, oricum valori secundare în constelaţia de priorităţi ale raţiunii instrumentale. Ar putea fi o ultimă şansă pentru raţiune să-şi dea seama de procesul de degradare pe care îl parcurge şi să realizeze că „germenul distrugerii" este peste tot. În orice caz, dacă un proces de îndreptare poate avea loc, el trebuie să înceapă cu reconsiderarea raţiunii şi a relaţiei sale cu libertatea, reflecţia, spiritul critic. Facem această precizare pentru a înţelege mai bine că nu cultura este miza demersului din Dialectic of Enlightenment, ci un nivel mai adânc al existenţei umane: raţiunea însăşi, autorii considerând că *„dacă raţiunea nu reflectează asupra ei însăşi, atunci umanitatea poate fi total trădată"* (Introduction, XVI).

7. „Industria culturală" - alternativa gândirii critice pentru denumirea „comunicare de masă"

In istoria studiului comunicării există câteva situaţii în care nu cărţi voluminoase, ci articole sau capitole din cărţi marchează profund devenirea acestui domeniu. Unul este capitolul Enlightenment as Mass Deception (Iluminismul ca amăgire de masă), care face celebră lucrarea ca atare. Restul capitolelor au o însemnătate în bună măsură istorică. Cel la care ne referim inaugurează o nouă perspectivă de înţelegere a fenomenului cultural şi comunicaţional. Un alt caz este cel al articolului Encoding Decoding, de Stuart Hall, un articol de câteva pagini, dar care a

marcat un nou capitol în cercetarea unuia din cele mai importante faze ale comunicării de masă, cea a receptării.

Iluminismul ca amăgire de masă a căpătat importanța istorică de care se bucură nu numai datorită valorii judecăților pe care le promovează. Este una dintre primele analize ale culturii şi comunicării de masă. Analiză care fixează o paradigmă de interpretare. O contribuție la celebritatea capitolului a avut şi noutatea interpretării, tăişul critic față de alte viziuni care încercau să identifice în noua cultură, note pozitive, elemente de emancipare reale. Interpretarea lui Horkheimer şi Adorno are note de radicalism şi rigorism care nu pot fi negate. De altfel, Studiile Culturale Britanice vor reveni asupra interpretării formulate de Şcoala de la Frankfurt şi, chiar dacă va adopta viziunea critică, va introduce nuanțări extrem de importante în ceea ce priveşte înțelegerea culturii şi comunicării de masă.

Enlightenment as Mass Deception începe cu o precizare de fond care anunță o schimbare de direcție: "*Concepția sociologică potrivit căreia dispariția reazemului pe care, în mod obiectiv, îl oferea religia şi dezintegrarea ultimelor reziduri precapitaliste, la care se adaugă diferențierea şi specializarea socială şi tehnică, au dat naştere la un haos cultural este dezmințită de experiența zilnică. Astăzi cultura îmbibă totul cu standardizarea. Filmul, radioul şi publicațiile periodice formează un sistem. Unanimitatea caracterizează fiecare ramură a culturii şi cultura în ansamblu"* (Dialectic of Enlightenment, 2003, p. 94).

Horkheimer şi Adorno au lansat termenul de „industria culturală" pentru a ilustra mai multe tendințe. În primul rând, procesul de industrializare a culturii în care imperativele comerciale joacă un rol din ce în ce mai semnificativ. Apoi, rolul lor de legitimare ideologică a ordinii existente şi de integrare a indivizilor în structura societății capitaliste; funcția de stabilizare a capitalismului realizată prin „manipularea audiențelor de masă în direcția obedienței". Comunicarea *mass-mediated* joacă un aşa de mare rol în teoria socială critică, încât, pur şi simplu, nu ne putem reprezenta această teorie fără demersul critic la adresa comunicării de masă. Dacă denumirea Şcoala de la Frankfurt este interşanjabilă cu „şcoala critică", cel puțin în perioada de început "şcoala critică" are drept principală achiziție teoretică ideea de „industrii culturale", unul dintre cele mai consistente şi mai cunoscute concepte din sfera comunicării.

Spre a înțelege mai adecvat semnificația termenului şi cum au ajuns autorii la descoperirea lui, să menționăm o precizare făcută de către Adorno în studiul Culture Industry Reconsidered. În draftul capitolului „The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" – precizează Adorno – era folosit termenul de „cultură de masă". El a fost înlocuit cu

formula „industrie culturală” *„pentru a exclude de la bun început interpretarea convenabilă susținătorilor săi: că este vorba despre o formă de cultură care ia naştere în mod spontan chiar din rândul maselor, despre forma contemporană a artei care se adresează maselor”* (Culture Industry Reconsidered, 2006, p. 98). Or tocmai o asemenea confuzie trebuia prevenită. Autorii vroiau să semnaleze că avem de-a face cu ceva diferit, că *„obiectele croite pentru consumul maselor şi care într-o mare măsură determină natura consumului sunt ritmic produse, ca şi când ar exista un plan”* (Idem). Că prezența cuvântului masă din formula „cultură de masă” poate induce în eroare sugerând că ar putea fi vorba despre o cultură dedicată masei, servind scopurile acesteia. Or, aşa cum subliniază Adorno, în realitatea pe care o exprimă, noțiunea de „industrie culturală”, masele nu *„au rolul principal, ci unul secundar, ele formează obiectul unui calcul, reprezintă un apendice al întregii maşinării”* (Ibidem, p. 99). „*Clientul nu este rege, nu este subiectul industriei culturale, ci obiectul său”* (Idem).

Prin urmare, putem spune că termenul de „industrie culturală” este alternativa creată de Şcoala de la Frankfurt pentru a denumi aceeaşi realitate culturală şi mediatică desemnată prin noțiunea de „comunicare de masă” şi „cultură de masă”. Horkheimer şi Adorno vor să scape de această formulă înşelătoare•, înşelătoare în primul rând pentru că poartă în denumire termenul de „masă”. Ceea ce ar putea sugera că este un tip de comunicare croită pentru nevoile maselor, având drept obiectiv să se adapteze nevoilor acestor „mase”, să vină în întâmpinarea cerințelor şi preferințelor acestora.

Pentru a întări această idee, fundamentală în înțelegerea sensului noțiunii de industrie culturală, autorii mai fac o precizare instructivă. Privitoare la standardizare şi cauzele sale. Nu trebuie să fii specialist ca să-ți dai seama că una dintre marile vulnerabilități ale comunicării de masă este standardizarea. Explicația pe care o ofereau “părțile interesate” acestui fenomen era aceea că standardizarea se explică prin aria de adresabilitate foarte largă. Cu alte cuvinte, standardizarea ar decurge cu necesitate din caracterul de masă al acestei comunicări, din înseşi nevoile consumatorilor. Aceleaşi nevoi, prezente în diferite locuri, impun o soluție mecanică: produsele standard. O dovadă suplimentară în sprijinul

• De menționat că peste aproximativ două decenii, reprezentanții Studiilor Culutrale Britanice vor fi confruntați cu aceeaşi problemă. Raymond Williams va îndemna să căutăm o nouă formulă pentru comunicarea de masă şi propune termenul de “comunicare culturală”. El este nemulțumit de faptul că denumirea “de masă” exprimă un mod de raportare disprețuitoare şi nediferențiată la audiență, ascunde chiar intenția de manipulare. Comunicarea modernă care dispune de mijloace tehnice aşa de puternice de răspândire a informației ar trebui să dezbată idei, să stimuleze interpretări diferite. Dar, cum constată şi autorul, propunerea sugerată de el nu a prins iar “comunicarea culturală” este încă denumită “comunicare de masă” (vezi în acest sens capitolul următor consacrat Studiilor Culturale Britanice)

explicației prezentate mai sus: produsele standardizate au fost acceptate fără nici o rezistență semnificativă din partea consumatorilor.

Ceea ce ne propun autorii este o înțelegere în bună măsură opusă a respectivului proces. Într-adevăr, raționalitatea tehnică prin intermediul căreia se realizează standardizarea pare a răspunde nevoilor consumatorilor. În realitate, "*raționalitatea tehnică este astăzi raționalitatea dominației"*(2002, p. 95). Tehnologia a câştigat preeminență şi a contribuit la consolidarea "forței acelora care au cea mai mare putere în societate". Tehnologia şi raționalizarea nu pot fi examinate separat de sistemul în care acționează. Raționalizarea nu face decât să prezinte într-o formă "neutră" interese şi valori care au premers procesului de raționalizare propriu zisă. Şi, implicit, să contribuie la prelungirea şi permanentizarea acestora, a sâmburelui inegalitar al societății capitaliste. Ei nu neagă virtuțile raționalizării, dar contestă premisele şi scopurile. Vorbind despre faptul că tehnologia industriei culturale se limitează ea însăşi la standardizare şi producție de masă, autorii precizează: "*Aceste efecte adverse nu trebuie atribuite legilor interne ale tehnologiei, ci funcționării sale în cadrul economiei de astăzi"* (Idem).

Deci ceea ce realizează tehnologia în interiorul societății capitaliste este unificarea sistemelor ("automobilele, bombele şi filmele formează un tot"), crearea unui sistem al producției căruia nu i se poate sustrage nimeni şi nimic. "*Pasul de la telefon la radio a marcat clar distincția între aceste stadii de evoluție*" (Ibidem, p. 95).Telefonul permitea, "în mod liberal", participantului să joace rolul subiectului. Radioul, "in mod democrat", egalizează pe fiecare în poziția de consumatori, expuşi "într-o modalitate autoritară aceloraşi programe elaborate de diferite posturi" (Idem). Instrumentele de comunicare proprii industriei culturale nu dezvoltă nici un mecanism de replică, nu permit manifestări de spontaneitate din partea audienței. În cazul în care apar, ele sunt absorbite şi integrate în sistem prin diversificarea ofertei. O ofertă însă schematizată, care se adresează unor publicuri cu identități diferite. "*Ceva este furnizat pentru oricine, astfel încât nimeni să nu scape; diferențele sunt coborâte la nivelul familiei şi propagate"* (Ibidem, p. 97).

Concluzia care se degajă din analiză este limpede: "masa" este postulată, nu apărută spontan din evoluția comunicării de masă. "*Publicul este o parte a sistemului, nu o explicație pentru el"* (Idem, p.96). Există o preocupare constantă pentru a identifica nevoile publicului şi nu se poate nega efortul de a avea în vedere asemenea nevoi. Cum se răspunde în fapt acestor nevoi? Prin clasificarea, organizarea şi identificarea consumatorilor, operație care are drept criteriu venitul. De fapt, este o schematizare a publicului, care este apoi bombardat cu diferite produse şi mesaje pe care el le percepe ca răspunzând nevoilor sale. In realitate,

asemenea nevoi sunt induse şi totul ia forma unui proces cu autoalimen tare. "*Fiecare este obligat să se comporte spontan în acord cu "nivelul" determinat de indiatori şi să selecteze produsul de masă manufacturat pentru categoria sa*" (Ibidem, p. 97).

Ceea ce oferă producția de masă este un produs care, judecat după aparențe, este diferențiat dar care, în realitate, este acelaşi. Diferențele dintre diferite tipuri de automobile, dintre filmele produse pe scară de masă sunt " fundamental iluzorii". Ele nu sunt menite decât să perpetueze "aparența competiției şi a alegerii".

8. Cultura de masă facilitează un consum fără efort, dar şi fără consecințe substanțiale

Cu aceasta, descoperim una din caracteristicile fundamentale ale industriei culturale, anume schematismul său organic. Există în această privință chiar o precizare din partea autorilor. "*Ea* (industria culturală n.n.) *furnizează schematismul ca primul său serviciu pentru subiect*" (Ibidem, p. 98). Aşa cum am precizat anterior, nu putem spune că industria culturală nu ia în calcul diferențele dintre diferite categorii de public. De pildă, autorii precizează că din perspectiva industriei culturale, consumatorii sunt împărțiți după criterii statistice de ordin material în zone roşii, verzi şi albastre, potrivit grupelor de venit. Ceea ce rezultă este o diferențiere mecanică. Pe de o parte, diferențele sunt cantitative şi nu surprind deosebirile de ordin calitativ, cele care conferă identitate subiectului. Pe de alta, ele nu ajung niciodată la particularul autentic, pentru că se adresează unui subiect înseriat de către propriile aparate de producție. Subiectul este doar parte a întregului şi în această calitate i se oferă servicii.

În sfârşit, avem puține şanse să pătrundem esența industriei culturale dacă nu vom înțelege că aparatele de producție privesc totul ca pe o marfă. Comportamentul lor poate fi înțeles numai dacă pornim de la această premisă. Produsul cultural sau mediatic este privit ca o marfă nu numai din punct de vedere al sferei de consum, care îmbracă forma de masă, ci şi al conținutului. Aici descoperim schimbarea radicală operată de către industria culturală. Există în această privință câteva precizări oportune făcute de către Jurgen Habermas (Habermas, 1998, p. 221).

Potrivit autorului lucrării „Sfera Publică şi transformarea ei structurală", există câteva particularități ale pieței bunurilor culturale. Prima este accesul cultural, care presupune răspândirea ştiinței de carte. Lucru înfăptuit prin alfabetizare şi prin cuprinderea practic a întregii populații în diferite stadii de pregătire şcolară. Se poate spune că din acest punct de vedere nu există un impediment semnificativ în calea

consumului cultural şi mediatic. Al doilea criteriu priveşte accesul economic la produsele industriei culturale. Criteriu realizat, iarăşi, în cea mai mare măsură. Cu deosebire în cazul produselor mediatice, extrem de ieftine. Mai este un criteriu al pieței bunurilor culturale, anume criteriul psihologic şi cultural. El pretinde ca însăşi conținutul bunurilor culturale să fie adaptat nevoilor consumatorilor. Este vorba despre o adaptare care să învingă o barieră de ordin psihologic. Aici are loc transformarea pe care o aduc industriile culturale; aici putem observa însă şi costurile imense ale acestei prefaceri.

Consumul cultural autentic presupune nu doar pregătire, nu doar existența accesului economic la creația culturală, ci şi un mare efort personal. Un efort de înțelegere, de pătrundere a semnificației, de surprindere a înțelesului adânc al unei creații. Se poate spune că pe măsură ce acest efort este mai mare, câştigurile culturale şi educaționale sunt mai relevante. Ceea ce înseamnă „o altă valoare a reuşitei". În plus, reuşitele se cumulează şi contribuie la o îmbogățire reală a subiectului, la înnobilarea sa spirituală. Deci consumul operei de artă presupunea eforturi mari, dar ele erau urmate de rezultate semnificative şi cumulative. Industria culturală recurge la prefabricarea produselor care să le mărească şansele de a fi consumate. Acest proces de prefabricare reprezintă garanția de a putea fi receptate „fără premise severe", dar şi „fără consecințe substanțiale". Industria culturală ia în calcul nevoile consumatorilor, dar nevoile lor modeste. Astfel produsul nu presupune nici o solicitare specială, nici o încordare de un anume fel. De fapt, el răspunde comodității noastre. Fără o solicitare specială, rezultatul nu este nici semnificativ, nici cumulativ. Mai mult, consumul de masă prilejuieşte un gen de regresie, în sensul că el nu ne dezvoltă capacitățile intelectuale şi artistice, facilitând un consum fără efort, fără încordări speciale. Aceasta este deosebirea de fond dintre consumul cultural autentic şi consumul cultural de masă. Iată cum fixează Habermas o asemenea realitate: *„Frecventarea culturii exersează mintea, în timp ce consumul culturii de masă nu lasă nici o urmă; el mijloceşte un soi de experiență, care nu se cumulează, ci regresează"* (Habermas, 1998, p. 220)

9 Orice rezistență este spulberată de către societatea „total administrată"

„*Industria culturală*, remarcă Bernstein, *este realizarea societală a înfrângerii reflecției; este împlinirea rațiunii instrumentale, unificarea a ceea ce este diferit sub un numitor comun"* (Bernstein, 2006, p. 11). Într-

adevăr, capitolul „Iluminismul ca amăgire de masă” este traversat de două idei principale. În primul rând, de ceea ce autorii numesc „falsa identitate a generalului cu particularul” (2002, p. 95). De ce o asemenea identitate este iluzorie? Pentru că unul din termenii relației este suprimat. Ceea ce apare ca particular, individual, este, de fapt, golit de conținut. Pentru rațiunea instrumentală, individualitatea există ca motiv retoric. La nivel declarativ, nevoile individuale reprezintă scopul aparatelor de producție. În realitate, individualitatea a fost vidată de conținutul real, de particularitățile care îi conferă identitate. Este o individualitate multiplicată, un „acelaşi” reprodus la scară de masă. Din instrument destinat să satisfacă anumite scopuri şi obiective umane, rațiunea îşi devine sieşi scop. Se declanşează, atfel, o evoluție ce se autoîntreține: aparatele de producție proiectează nevoi false la a căror satisfacere lucrează tot structurile respective...

Sistemul este aşa de puternic încât orice rezistență este spulberată; el este în măsură să integreze eventuale puncte de rezistență, precum şi purtătorii materiali ai acestei rezistențe: indivizi sau grupuri restrânse. Autorii îşi dau seama că industria culturală amăgeşte fără încetare şi, în felul acesta, amână sau chiar dizolvă momentul contestației. Că nu este nimic de aşteptat de la industria culturală, că trebuie să ne emancipăm mai ales de promisiune, că „dineul trebuie consumat citind mai atent meniul”. Societatea capitalistă este „total administrată” prin intermediul abundenței de bunuri, birocrației şi a industriei culturale. Toate acestea influențează şi condiționează chiar judecata consumatorului. Dacă în capitalismul secolului al XIX-lea consumatorii alegeau produsele pentru că le găseau folositoare, acum însuşi actul de alegere este construit de către producători. Bunul există nu pentru a satisface nevoile şi dorințele consumatorilor, ci, simplu, pentru a fi vândut şi pentru a genera profit, perpetuând astfel sistemul capitalist. Chiar critica societății capitaliste este amputată, deoarece ea nu mai pune sub semnul întrebării ordinea capitalistă, ci vizează diverse aspecte ale funcționării societății. Iar perfecționarea nu face decât să contribuie la sporirea performanțelor sistemului şi la permanentizarea sa. Ca atare, filozofia şi ştiința, la fel ca şi publicitatea, nu fac decât să contribuie la reproducerea sistemului.

10. Timpul liber – reduta strategică a industriei culturale

Pentru orice sociolog de la mijlocul secolului trecut, timpul liber se impunea ca o realitate socială foarte importantă. Era, mai întîi, vizibilă şi de nimeni pusă la îndoială creşterea volumului timpului liber, a orelor

aflate la dispoziția persoanelor. Apoi, prin procesele de urbanizare, asistam la o creştere spectaculoasă a numărului de persoane care beneficiau de perioade de timp liber din ce în ce mai semnificative. „Armatele industriale" aveau în fiecare zi la dispoziție un interval de timp egal sau aproape egal cu cel de producție. Cum petreceau oamenii acest timp devenea o problemă socială foarte importantă. Deodată, timpul liber ieşea din sfera problemelor secundare şi tindea să devină o temă de prim plan în dezbaterile sociale, politice, educaționale.

Din punct de vedere social, era din ce în ce mai vizibil că timpul liber nu mai putea fi tratat şi înțeles doar ca un răgaz necesar refacerii, pentru a putea începe activitatea de a doua zi. Cele 8 ore puteau fi folosite în diferite feluri: pentru distracție şi refacere, pentru instrucție şi perfecționare, dar şi pentru asimilarea de diverse norme şi valori, aflate sau nu în concordanță cu cerințele unui comportamentul civilizat. În orice caz, timpul liber s-a impus ca o realitate socială care nu mai putea fi neglijată. Contribuția Şcolii de la Frankfurt în acest domeniu constă în faptul că sesizează nu doar importanța timpului liber, ci mai ales consecințele pe care le are întâlnirea dintre timpul liber şi industria culturală. Ceea ce transformă radical rolul timpului liber, aşa cum fusese el înțeles până atunci. Care sunt consecințele acestei întâlniri, aşa cum sunt ele văzute de reprezentanții Şcolii de la Frankfurt?

Colonizarea timpului liber de către industria culturală face ca şi acest interval, aflat la dispoziția cetățeanului, să fie organizat pe baza aceloraşi criterii ale „unității producției". Ceea ce până atunci reprezenta un răgaz aflat la dispoziția cetățeanului, o oază de libertate, intră sub incidența aceleiaşi organizări care nu lasă posibilități reale de alegere pentru subiect. Aceleaşi rigori ale standardizării reglementează timpul liber, pentru că industria culturală nu poate organiza o activitate decât după propriile criterii. Tot ceea ce umple timpul liber – bunuri, distracții etc – urmează aceeaşi logică a mecanizării. În felul acesta, timpul liber nu mai are identitatea sa, ci se transformă într-o prelungire a timpului de muncă. „*Mecanizarea are o asemenea putere asupra timpului liber şi petrecerii sale, determină atât de amănunțit fabricarea bunurilor pentru timpul liber, încât muncitorul în perioada celor opt ore libere nu poate decât să consume aceleaşi imagini ale procesului de muncă, dar într-un moment diferit"* (Horkheimer, Adorno, 2002, p. 109).

Aceasta este „boala incurabilă a oricărui timp liber", anume că devine o altă fațetă a timpului de muncă, o prelungire a muncii propriu zise, fiind organizat după aceleaşi reguli şi în lumina aceloraşi rigori. De aceea, timpul liber nu mai este acel interval consacrat recreerii, perfecționării, ci devine „o formă de adaptare la rigorile muncii industriale". *„În capitalismul târziu, enterteinment-ul nu este altceva decât prelungirea muncii"* (Ibidem, p. 109)

Structurile industriei culturale nu sunt aşa de inflexibile, cum pot apărea la prima vedere; potrivit autorilor, ele se adaptează nevoilor publicului, le anticipează pentru a putea avea o ofertă în acord cu aceste nevoi. Există din acest punct de vedere o apreciere semnificativă în capitolul la care ne referim. O vom reproduce, întrucât ea arată limpede că nu putem vorbi doar de determinarea nevoilor, doar de inducerea unor preferințe, ci şi de un proces de adaptare a industriei la realități precise. De aceea, ar fi mai corect să vorbim despre ceea ce s-ar putea numi „comodificare". *„Reorganizarea majoră a industriei filmului înainte de primul război mondial, precondiția materială pentru expansiunea ei, a reprezentat o adaptare deliberată la nevoile publicului înregistrate la casele de bilete, nevoi care nu aveau nici o importanță în zilele de început ale ecranului"* (Ibidem, p. 108). Fireşte că efortul de adaptare nu avea în vedere nevoi de profunzime ale oamenilor. Industria culturală priveşte adaptarea ca un pas intermediar pentru a-şi atinge propriul scop, maximizarea profitului. Demersurile şi acțiunile sale – standardizare, producția de masă, adaptarea la nevoile oamenilor – sunt modalități de atingere a obiectivului strategic. De aceea, pentru reprezentanții industriei culturale, timpul liber nu reprezintă o perioadă care prezintă anumite particularități ce s-ar cere respectate. El este văzut şi organizat prin prisma ideii de afacere. *„Această abordare este încă avută în vedere de către căpitanii industriei filmului, care acceptă succesul de casă ca dovadă şi ignoră, prudent, adevărul. Ideologia lor este bussiness-ul"* (Ibidem, p. 109).

Mai importante decât „ideologia bussiness-ului" sunt ceea ce, la prima vedere, par a fi efecte secundare, dar care, în realitate, reprezintă consecința cea mai semnificativă a joncțiunii dintre industria culturală şi timpul liber. Timpul liber nu mai este „liber", el este influențat, programat, controlat. O manieră de influențare şi control „soft", un control puțin perceptibil, mai ales că industria culturală a preparat un ingredient plăcut: distracția. Distracția apare neutră şi cea mai depărtată de orice calcul sau putere de influențare. Entertainment-ul este inima timpului liber. De îndată ce se pune problema petrecerii orelor libere, intrăm în logica industriei culturale: „orice presupune un efort mental trebuie evitat", „plăcerea uşoară primează" etc. Timpul liber nu poate fi petrecut decât sub zodia industriei culturale. „*Totuşi, industria culturală rămâne bussiness-ul timpului liber. Controlul ei asupra consumatorului este mediat de entertainment şi această situație nu va fi înlăturată de o hotărâre exterioară"* (Horkheimer and Adorno, 2002, p. 108).

Chiar dacă nu îşi propun o teorie a timpului liber, reprezentanții Şcolii de la Frankfurt descoperă că în contextul în care beneficiază de prezența mijloacelor de comunicare în masă, timpul liber se transformă într-un mijloc de socializare foarte important, într-un adevărat mediator al

realităților politice. Independent dacă ne dăm sau nu seama, timpul liber a devenit o perioadă în care se plămădesc convingeri, se modelează opțiuni, într-un cuvânt se socializează oameni şi grupuri sociale. Putem chiar spune că, la limită, acest interval de timp este cel puțin la fel de important ca şi cel dedicat producției, muncii propriu zise. Dacă suntem interesați de devenirea persoanelor şi a grupurilor, nu putem face abstracție de timpul lor liber, de ceea ce ele deprind în acest interval de vreme. Pur şi simplu, societatea în ansamblu nu mai poate fi înțeleasă corect fără a lua în calcul timpul liber şi valoarea lui de influențare. Fără colonizarea timpului liber, industria culturală nu ar fi nici pe departe aşa de puternică precum este astăzi. Timpul liber reprezintă principala sa redută strategică, iar distracțiile oferite pentru petrecerea timpului liber, principala modalitate de influențare şi manipulare. Cu atât mai importantă cu cât lucrurile aici îmbracă forma cea mai „soft" şi, deci, cea mai puțin perceptibilă.

11. Prețul masificării operei de artă

Sute de ani de evoluție au consacrat în domeniul cultural două concepte pereche: *high art* and *low art.* Arta înaltă se adresa elitelor sociale. Ea pretindea un anumit nivel de cunoaştere, care, în acele vremuri, nu putea fi atins decât de un grup restrâns de oameni. Evoluția istorică mai consacră şi judecata potrivit căreia *high art* reprezenta arta adevărată, autentică. Natura ei o făcea elitistă. De aceea, cum remarca şi Adorno, arta înaltă a avut un preț social: „excluderea claselor de jos". *Low art* se distinge, în primul rând, prin sfera de adresabilitate, largă. Creația culturală care se încadra în această noțiune avea un grad de accesibilitate considerabil. *Low art* era destinată celor mulți, dar nu era inautentică. Industria culturală a pus capăt dihotomiei high art/ low art. Pur şi simplu le-a contopit, iar elementele componente ale fiecăreia au fost subsumate conceptului de scop. Care este prețul acestei contopiri?

Potrivit lui Adorno•, opera de artă se detaşează de lumea empirică şi produce o alta, opusă ei, de o esență proprie (Th. Adorno, 2005, p.6).

• Când este vorba despre probleme culturale şi estetice, Theodor Adorna merită o mențiune aparte. Ceilalți reprezentanți ai Școlii de la Frankfurt sunt mai ales filozofi, sociologi. Adorno poate fi considerat filozof sau sociolog, dar el este prin excelență estetician. Scrie în perioada interbelică studii cu acest profil, iar părțile care se referă la probleme culturale din lucrarea „Dialectic of Enlightenment" sunt, în bună măsură opera lui. La sfârşitul deceniului şapte apare „Teoria estetică", tradusă şi în româneşte. De altfel, cum precizează şi Andrei Corbea, Adorno şi-a început cariera la universitatea din Frankfurt, ținând seminarii de estetică (Andrei Corbea, Postfață, 2005, p. 473). Din acest ultim volum al autorului, consacrat esteticii, am dori să insistăm asupra unei probleme care luminează într-un fel aparte formula „industrii culturale" şi ne ajută să pătrundem mai bine înțelesul ei. Este vorba despre ceea ce autorul numeşte „vechea afinitate dintre contemplator şi opera de artă".

Deşi este inspirată de viață („operele de artă sunt copii ale viului empiric"), opera de artă are o autonomie indiscutabilă, analiza ei pe baza unor criterii estetice fiind esențială. În creația autorului german, vom întâlni permanent această dublă perspectivă: opera de artă este autonomă şi, în acelaşi timp, un fapt social. De aceea, ea trebuie analizată sub un dublu aspect: ca fiind influențată de către societatea şi epoca în care este elaborată şi, totodată, ca fiind liberă de această societate. O operă de artă are o intenționalitate (is purposive) în sensul că este un artefact uman deliberat construit, dar, în acelaşi timp, este lipsit de intenționalitate practică (în alți termeni, nu este un bun care să poată fi vândut pentru realizarea unui profit (Andrew Edgar and Peter Sedgwick, 2002, p. 2).

În contextul afirmării industriei culturale, Adorno accentuează autonomia artei, pentru că ea este pusă cu adevărat în pericol „*de înjosirea autoritară a industriei culturale*". În epoca industriei culturale, arta parcurge un drum similar cu cel al rațiunii. Rațiunea luminată se supunea obiectului pentru a-i surprinde esența adevărată. În cazul artei, subiectul care contemplă uită de sine, trăieşte o emoție curată, se identifică în cele din urmă cu opera admirată. *„Înainte de epoca administrației totale, subiectul pus să contemple, să asculte, să citească o operă de artă, era programat să uite de sine, să-şi devină indiferent, să dispară în aceasta. Idealul unei asemenea identificări avea în vedere nu adaptarea operei la subiect, ci invers, a subiectului la opera de artă. În această identificare consta sublimarea estetică"* (Th. Adorno, 2005, p. 28-29). Cu adevărat omagiat într-o asemenea interpretare nu este opera de artă, ci subiectul. Pentru că el parcurge o experiență spirituală, un „moment de ieşire din sine", care prilejuieşte o îmbogățire reală a ființei sale artistice; o trăire adevărată care prilejuieşte o cumulare a experienței. Astfel, contemplarea diferitelor opere de artă se soldează, în final, cu o îmbogățire sufletească a subiectului.

Industria culturală distruge acest moment de autentică trăire spirituală; ea inversează relația dintre consumator şi opera de artă: „*vechea afinitate dintre contemplator şi obiectul contemplat se inversează"* (Ibidem, p. 28). Opera de artă este adusă cât mai aproape de subiect. Sub acest pretext viclean de a elimina distanța dintre opera de artă şi consumator, de a face opera de artă accesibilă, de fapt se suspendă momentul sublimării, fundamental atât pentru înțelegerea operei de artă, cât şi pentru îmbogățirea spirituală a subiectului. Arta îşi pierde autonomia, iar momentul contemplării se degradează şi se reduce la o proiecție a emoțiilor consumatorului. Opera de artă devine „*vehicul al psihologiei contemplatorului"* (Ibidem, p.29).

Ce proiectează consumatorul în opera de artă? Propriul său eu standardizat, „mecanism pus în mişcare şi exploatat de către industria culturală". Ceea ce apare drept cucerire, adevărat salt înainte pe drumul

accesibilității artei, nu este decât o mare iluzie. Prin reproducere, opera de artă pare că se apropie de consumator: în realitate, ea devine o banală „marfă", un simplu bun de consum, ca oricare alt bun de consum. O asemenea nivelare a diferențelor dintre artă şi realitate face, în cele din urmă, din artă „un element sau chiar o unealtă a non-libertății dominante".

Funcția emancipatoare a artei este asociată în mod organic cu autonomia ei, cu faptul că „se separă de ceea ce i-a dat naştere". În felul acesta, ea poate stimula perceperea diferită a realității, poate încuraja spiritul critic şi furniza elemente reale ale procesului de emancipare. Cum remarcă şi Andrei Corbea, în viziunea lui Adorno „<vraja> artei ar ține aşadar de chiar esența ei şi orice operațiune de dez-<vrăjire>/desacralizare ar plasa-o sub tirania pieței" (Andrei Corbea, Postfață, p. 476)

În momentul în care autonomia artei dispare, iar opera de artă se acomodează la consumator, ea legitimează şi participă, într-un fel sau altul, la reproducerea raporturilor sociale existente. Şi, în orice caz, ea nu mai poate juca un rol semnificativ în consolidarea capacității de rezistență a individului în fața presiunii alienante a sistemului. Mărfurile culturale au în ele ceva înşelător, ceva seducător: ele răspund nu nevoilor reale, ci nevoilor în bună măsură create şi, ca urmare, artificiale ale consumatorilor. „Făcându-le pe voie, ele îi înşeală". Le oferă ceva ce nu cere efort, ceva ce pare perfect adecvat gusturilor şi preferințelor acestora. Arta este prezentată ca fiind aproape de oameni, ceva ce le aparține. Numai că această acomodare are un preț: arta veritabilă este alungată din viața consumatorului obişnuit. Ceea ce crede el că îi aparține nu mai este artă, ci un produs standardizat. Astfel, arta este deposedată de caraterul ei artistic, „se smulge din propriul concept" şi ia forma divertismentului, a artelor inferioare, aşa de bine administrate de către industria culturală.

Înțelegem acum de ce afirmă Adorno că „atitudinea contemporană față de artă este una regresivă". Contemplatorul nici nu-şi mai pune problema de a percepe în opera de artă inefabilul ei, ci „desfătarea de ordin secundar". El refuză să mai fie preocupat de diferența dintre opera de artă şi viața reală. Asimilează opera de artă cu ceea ce putem percepe fără efort, fără strădania „de a ieşi din noi înşine"; deci cu ipostaza sa de bun cultural. În acest moment, arta, sub forma divertismentului şi a bunului cultural, intră în zodia administrării totale de către industria culturală. S-a spus că datorită mijloacelor de reproducere a operei de artă, nevoia de artă creşte la nivelul maselor de consumatori şi că ia naştere o nouă conştiință artistică. După opinia lui Adorno, avem de-a face cu o falsă conştiință artistică, o formulă de a menține şi consolida înstrăinarea oamenilor, de a perpetua sistemul alienant.

12. Merite şi slăbiciuni ale unui concept

Cum ne avertizează şi J.M. Bernstein, când vorbim de *industria culturală* este important să reţinem faptul că nu avem de-a face cu o analiză sociologică a fenomenului cultural; problema industriei culturale apare în atenţia autorilor datorită legăturii sale cu posibilităţile de transformare socială" (Introduction, 2002, p. 2). Prin urmare, Horkheimer şi Adorno descoperă tema industriei culturale pe parcursul analizei cu privire la posibilităţile de schimbare socială. Ce fel de potenţialităţi are noul fenomen, el poate contribui la schimbare sau, dimpotrivă, la conservarea şi consolidarea structurilor existente? Poate contribui la promovarea sau, dimpotrivă, la blocarea „libertăţii integrale"? De aceea, consideraţiile lor privind industria culturală se cer plasate şi înţelese în context mai larg, pornind de la dominantele gândirii critice, având în vedere proiectului teoretic al reprezentanţilor Şcolii de la Frankfurt.

Poziţia critică excesivă faţă de Benjamin se explică şi în felul acesta. Benjamin încercase o tratare mai nuanţată a impactului pe care mijloacele de comunicare în masă îl au asupra artei şi consumului artistic, se străduise să identifice şi elemente pozitive ale acestui proces. Adorno respinge demersul colegului său, nu atât pentru că el nu ar fi prezentat interpretări demne de luare aminte, ci pentru că acceptarea unei analize de o asemenea factură ar fi pus sub semnul întrebării înţelesul de ansamblu al lucrării Dialectic of Enlightenment. Există un tip de inflexibilitate mai ales în argumentaţia lui Adorno, chiar şi atunci când în poziţia sa detectăm multe elemente raţionale şi oportune.

Să ne amintim de polemica sa cu Lazarsfeld. Facem abstracţie de faptul că Lazarsfeld accentua sau poate supraacentua semnificaţia măsurării precise, iar Adorno pe cel al interpretării. Adorno mai adaugă ceva foarte important. A te concentra prea mult pe efecte sau doar pe efecte înseamnă să faci abstracţie de sursă. Să procedezi la o inversare de priorităţi, să consideri că punctul de plecare a analizei sunt reacţiile subiecţilor, măsurarea lor cât mai precisă. În felul acesta nu numai că studiul comunicării s-ar reduce la măsurători, la cât mai multe măsurători şi evaluări empirice, dar s-ar scăpa din vedere sursa care produce efecte. Raţionamentul lui este următorul: în ordine temporală dar şi în cea a importanţei, trebui început cu sursa, deci cu cauza. Consumatorul reacţionează la ceea ce transmite sursa, iar noi nu am căpăta o imagine cât de cât reprezentativă asupra comunicării, dacă vom începe analiza cu cercetarea efectelor. Efectele nu pot fi înţelese fără studierea prealalbilă a conţinutului obiectiv transmis de sursă. Fireşte, având în vedere talia

autorilor de care vorbim, nu trebuie să punem la îndoială faptul că fiecare îşi dădea seama de adevărul cuprins în afirmațiile celuilalt. Lazarsfeld face o tentativă de reconciliere a celor două orientări. Adorno rămâne pe aceeaşi poziție şi nu identificăm în opera lui o încercare de a-şi nuanța poziția, de a căuta să reinterpreteze şi elemente din viziunea celuilalt. Ceea ce în plan metodologic ne apare eronat – concentrarea pe un aspect al comunicării – în plan istoric este un câştig. O asemenea focalizare, chiar dacă excesivă, a putut întemeia perspective de cercetare care, altfel, nu aveau cum să apară. Momentul analizelor şi al interpretărilor echilibrate vine mai târziu, după ce s-a progresat pe laturi.

Potrivit lui Durham Peters, cea mai mare slăbiciune a viziunii lui Adorno constă în contopirea mesajului cu efectul proiectat de către mesaj. *„Pornind de la un text fabricat, Dialectic of Enlightenment inferează asupra existenței unei audiențe fabricate”* (2003, p. 66). Ceea ce înseamnă că impactul producției culturale este asociat doar cu centrele ei de producție şi influența acestora. Audiența nu formează obiect de analiză de sine stătătoare. Chiar şi când este amintită, ea este privită şi examinată tot din perspectiva acestor centre. Structurile industriei culturale nu sunt aşa de inflexibile cum pot apărea la prima vedere, ele anticipează nevoile publicului pentru a-şi adapta mai bine oferta. Dintr-o asemenea perspectivă, autorii fac o precizare cheie: „*puterea industriei culturale constă în unitatea ei cu nevoia fabricată şi nu într-o simplă antiteză cu ea, sau chiar în antiteza dintre omnipotență şi lipsa de putere”* (2002, p. 109). În felul acesta, putem înțelege mai nuanțat o formulă frecvent citată din capitolul la care ne referim *„produsul prescrie fiecare reacție”* (Idem). Produsul prescrie fiecare reacție, pentru că el a fost proiectat în corelație cu nevoia resimțită de public. Produsul subjugă nu prin teroare, nu pentru că el remodelează tot ceea ce întâlneşte în cale, ci pentru că este din start acceptat; şi este acceptat pentru că el este proiectat să răspundă anumitor nevoi şi, mai ales, comodității noastre.

Industriile culturale subjugă într-un mod plăcut, acceptat chiar de către cel subjugat. Aici este şi marea nemulțumire a reprezentanților Şcolii de la Frankfurt. Noul tip de dominație este silențios şi nu este sesizat de către oameni. De unde să vină atunci, rezistența, opoziția, chiar efortul de a răsturna sistemul? Avem de-a face cu un tip de dominație de o cu totul altă factură, care integrează chiar şi nemulțumirea şi nu mai face posibilă revolta. Anumite accente critice vizibil supraaccentuate cu privire la industria culturală, faptul că nu întâlnim în Dialectic of Enlightenment nici un fel de efect pozitiv al culturii de masă se explică şi prin constatarea autorilor că oamenii nu îşi dau seama de poziția lor, de efectele industriei culturii şi de contribuția acesteia la permanentizarea sistemului. Lucrarea zugrăveşte realitatea culturală şi socială a timpului în culori sumbre foarte accentuate, uneori chiar stridente, pentru a-şi putea

îndeplini funcţia de semnal critic, de instrument de emancipare a celor dominaţi. Horkheimer şi Adorno sunt atât de mult absorbiţi de funcţia ideologică a industriei culturale, de adevăratul bombardament pe care îl exercită asupra audienţei, încât fie nu iau în considerare, fie nu acordă nici o atenţie factorilor care contrazic afirmaţia respectivă. În alţi termeni, dezvăluirea funcţiei ideologice a mijloacelor de comunicare se face prin intermediul unei analize care are ea însăşi un anumit caracter ideologic, în sensul rigorismului•, opacităţii faţă de faptele care contrazic teza iniţială, al unor exagerări care servesc scopul lucrării. Ceea ce obişnuia să spună Adorno despre Freud – *"la Freud, singurele aprecieri adevărate sunt exagerările"* - se potriveşte, într-o anumită măsură, şi pentru Dialectic of Enlightenment.

Este de înţeles dezamăgirea unui om de cultură de valoarea lui Adorno în faţa producţiilor de masă. Analiza consumului de masă a operei de artă este, din punctul nostru de vedere, percutantă, prin semnalarea a două suferinţe reale: dispariţia sublimării artistice, cea care conferea substanţă afinităţii dintre contemplator şi obiectul contemplat, şi regresia spiritului artistic apărută pe o asemenea bază. Spirit de mare fineţe culturală şi reprezentant al culturii clasice germane, Adorno trebuie că şi-a reprimat foarte greu repulsia faţă de asaltul producţiei artistice de masă. *"Revoluţionarii* - remarca John Durham Peters, sesizând tocmai discrepanţa dintre idealul iluminist şi realitatea culturii de masă - *au murit ca noi să devenim liberi, filozofii au visat la raţiune, oamenii de ştiinţă au luptat cu ideologiile pietrificate, toate acestea ca noi să ne putem petrece timpul vizionând filme. O, ce dezamăgire!"* (Ibidem p. 63).

Cu deosebire, Adorno era critic faţă de producţia de film şi radio, pentru că ele simbolizau nu numai producţia de serie în domeniul cultural, ci chiar pe cea de monopol. În deceniul al patrulea, când a fost elaborată Dialectic of Enlightenment, Hollywood-ul consta din opt studiouri şi asigura 95 la sută din filmele care rulau în SUA. Era cel mai "fordist" producător în domeniul culturii de masă. Regresia pe care o constată Adorno nu consta doar în standardizare, în diseminarea la proporţii de masă a producţiilor respective, ci mai ales în pretenţia că ele spun adevărul, că reprezentările difuzate sunt "reprezentări ale adevărului". Or aceasta era modalitatea de a pietrifica raţiunea, de a face dintr-un produs artistic un element de manipulare ideologică. Sunt toate puncte de sprijin reale pentru o atitudine critică tăioasă. Ceea ce nu justifică exagerarea greu de acceptat din partea unui autor de talia lui Adorno de a aşeza pe picior de egalitate, ca negativitate a efectului,

• Construcţia prezentată în Dialectic of Enlightenment este una preponderant teoretică, în spiritul marilor construcţii filozofice germane. Unele afirmaţii sunt evident discutabile, dar ele sunt deduse din anumite postulate, din construcţia de ansamblu şi se încadrează rigorii sistemului.

regimul lui Hitler şi producţia cinematografică a Hollywood-ului, de a sugera un gen de axă Hitler – Hollywood.

Este evident că analiza este focalizată pe momentul „producţie" al comunicării sociale. Horkheimer şi Adorno portretizează o economie culturală condusă de ofertă (supply-driven), nu de cerere (demand – driven). Momentul producţie este puternic şi dominator, pentru că nu insistă asupra problemelor individuale, ci „clasifică, organizează şi etichetează consumatorii". Semnificaţia momentului producţie este, după părerea noastră, supraevaluată. Şi este astfel deoarece avem de-a face cu o lectură preponderent ideologică a unei realităţi culturale şi mediatice.

Autorii vor să arate că noul fenomen al culturii şi comunicării de masă exercită aceeaşi dominaţie ca şi ideologia clasică a capitalismului, numai că într-o manieră soft. Că noul fenomen nu eliberează, ci reprimă. Că nu prilejuieşte o emancipare reală, ci o integrare în structurile şi mentalitatea sistemului. Atât de mult este focalizată atenţia autorilor pe această misiune, încât orice element care ar contrazice o asemenea ipoteză este neglijat, subestimat, în ultimă instanţă nesocotit. „Masa" sau în termeni comunicaţionali, publicul, audienţă, este doar postulată şi analiza se concentrează pe „sistem", pe „maşinărie". Cum am arătat, masa este luată în calcul, dar nu ca fenomen de sine stătător al analizei, ci ca un obiect al „calculului". În viziunea pe care au îmbrăţişat-o de la început autorii, publicul nu putea să beneficieze de o analiză sau de o perspectivă sociologică, pentru că ar fi contravenit premisei de bază a construcţiei. Dacă autorii afirmă că "masa" este un lucru postulat de către aparatele de producţie ale capitalismului şi nu o consecinţă a comunicării, atunci putem şi noi spune, la rîndul nostru, că publicul este de la început proiectat să fie "un apendice al maşinăriei". Observăm cum perspectiva accentuat ideologică sărăceşte substanţa analizei şi îi obturează făgaşuri care, altfel, ar fi putut fi urmate.

În ceea ce priveşte analiza "maşinăriei productive", Şcoala de la Frankfurt marchează un moment cu totul aparte în evoluţia studiilor consacrate comunicării de masă. Poate fi chiar o ironie a istoriei, dar orientarea empirică americană de care Adorno s-a desprins cu multă determinare a găsit în Şcoala de la Frankfurt una dintre cele mai consistente teoretizări ale importanţei sursei şi a procesului de influenţare pe care îl declanşează mesajul pus în circulaţie. Paradoxal, Şcoala empirică şi Şcoala de la Frankfurt îşi plasează demersul analytic în acelaşi camp problematic: importanţa decisivă a sursei.

Horkheimer şi Adorno iniţiază demersul analitic pentru a arăta că revoluţionarea tehnică a sursei, capacitatea ei de a răspândi mesaje pe o arie geografică largă, de a se adresa, concomitent, la milioane de persoane nu revoluţionează sistemul, nu are nici un efect asupra premiselor sale sociale şi politice. Dimpotrivă, noile mijloace de cultură şi comunicare

îndeplinesc, într-o asemenea interpretare, o funcţie ideologică precisă, reprezentând o şansă suplimentară pentru supravieţuirea şi reproducerea sistemului. Aserţiune care, repetăm, se cere nuanţată. Marile abordări ale comunicării de masă care vorm urma – şi aici avem în vedere cu deosebire Studiile Culturale Britanice – vor reinterpreta şi importanţa sursei, dar mai ales vor reinterpreta semnificaţia procesului de comunicare în masă, prin mutarea accentului de la sursă la receptor. Şi implicit vor relativiza semnificaţiei sursei. Este adevărat că Şcoala de la Frankfurt stăruie doar asupra sursei, dar ea portretizează cu o rară forţă importanţa acesteia, poate cea mai consistentă portretizare pe care o cunoaştem în literatura de specialitate.

13. Jurgen Habermas, liderul gândirii critice în ultima parte a secolului XX

În posfaţa la „Teoria estetică" a lui Adorno, Andrei Corbea relatează o scenă tulburătoare: „la 22 aprilie 1969, în timpul uneia dintre primele prelegeri ale cursului său din semestrul de vară de la Universitatea din Frankfurt, unde îşi propusese să facă o „Introducere în gândirea dialectică", Adorno, care se confruntase deja în mai multe rânduri cu provocări ale grupărilor studenţeşti de extremă stângă, iritate de refuzul său de a se solidariza cu acţionismul lor gălăgios...a fost realmente obligat să părăsească amfiteatrul după ce s-a văzut întrerupt şi bruscat aproape fizic de câţiva turbulenţi; pe fluturaşii împrăştiaţi aproape peste tot se putea citi propoziţia că < Instituţia Adorno a murit >" (Andrei Cornea, Postfaţă, 2005, p. 471-472).

Scena ar putea fi descifrată din mai multe unghiuri. Poate cel mai important este cel referitor la modul cum era perceput Adorno în mediile studenţeşti şi în societatea germană în ansamblu: ca o figură simbol, asimilată, fără îndoială, cu forţele care se opuneau sistemului. Prin urmare, mişcările studenţeşti l-ar fi dorit nu doar un mentor, ci o personalitate implicată direct în acţiunea lor de protest. La rândul său, autorul "Teoriei estetice" avea dreptate să păstreze o rezervă faţă de "manifestarea unui fundamentalism ideologic în a cărui intoleranţă un Adorno, şi cu dânsul alţi intelectuali socotiţi <de stânga>, întrevedeau cu îngrijorare <reflexe fasciste>". Mai important de relevat este faptul că atitudinea lui Adorno nu poate fi înţeleasă separate de predilecţia pentru rigorism care alimenta un gen de inflexiune deopotrivă în plan teoretic şi practic. Mişcările studenţeşti ale anului 1968 cuprindeau diferite orientări politice, inclusiv fracţiuni stângiste, dar nu se reduceau la ele. Datorită

acestei prezențe supărătoare, Adorno nu a prizat cu o mişcare care a manifestat un potențial contestatar indiscutabil. De partea cealaltă a oceanului, prietenul său Marcuse era aclamat de către acțiunile protestatare ale studenților. La rândul său, Habermas este puternic angajat în aceste mişcări, deşi în fosta RFG ele nu au cunoscut o amploare deosebită (motiv de regret pentru autor). Tânărul gânditor considera că asemenea revolte au pe termen lung un impact pozitiv asupra societății germane, chiar dacă eşecul lor a putut genera apatie şi, uneori, gesturi de "terorism disperat".
Cert este că Adorno rămâne profund afectat de ceea ce se petrecuse. Pe acest fond de frământarea interioară dramatică, pleacă într-un concediu în Elveția. Amărăciunea, ca şi eforturile făcute pentru încheierea volumului "Teoria estetică" îi grăbesc sfârşitul; se stinge din viață la scurtă vreme, răpus de un atac de cord.

Asistentul lui Adorno, Jurgen Habermas, preia ştafeta gândirii critice şi devine cel mai proeminent reprezentant al Şcolii de la Frankfurt în ultima parte a secolului trecut. Bernard Miege ne spune că Jurgen Habermas se înscrie „*în posteritatea Şcolii de la Frankfurt*" (1998, p. 82). Într-adevăr, Habermas elaborează operele sale majore în ultimele decenii ale secolului trecut, când corifeii teoriei critice se stinseseră din viață sau nu mai aveau o activitate ştiințifică pregnantă. El nu poate fi însă separat de spiritul Şcolii de la Frankfurt. Opera sa este parte integrantă a acestei Şcoli de gândire.

Ca să înțelegem mai bine evoluția sa teoretică, va trebui să reamintim că, în anii '60, gândirea critică se confrunta cu o situație paradoxală, intrase într-un adevărat impas. Dezvoltând ideea "consensului administrat", prin intermediul căruia erau integrate în societatea capitalistă toate clasele şi categoriile sociale, inclusiv clasa muncitoare, Max Horkheimer şi Theodor Adorno ajunseseră într-o situație paradoxală. Teoria pe care o promovau nu identificase un subiect istoric de care critica să-şi lege speranțele în efortul de transformare a societății pe care o criticau. Construcție cu vizibile note ideologice, teoria celor doi autori ajunsese într-o dificultate ideologică vizibilă. Nu respira perspectivă istorică şi degaja un aer de pesimism greu de disimulat. Ceea ce pentru o teorie care se revendica din gândirea marxistă reprezenta un păcat fundamental.

Pe acest fundal apare Habermas. A insista pe subiectele oarecum clasice ale gândirii critice - actori istorici, misiune transformatoare, ideologie alternativă, manipulare – prezenta un risc indiscutabil. Prin urmare, Habermas apelează cu preponderență la analiza istorică şi sociologică, spre a-şi susține tezele. De aceea, construcția sa are un aer de soliditate care se sprijină pe date, fapte, situații, evoluții, nu numai pe judecăți. Dimensiunea ideologică se estompează: totul ia forma unei

analize „obiective", „neutre" – stridențele sunt estompate. Ceea ce nu înseamnă că Habermas se depărtează de spiritul teoriei critice. El schimbă temele, stilul, modul de fundamentare, pentru a putea salva esența acestei şcoli de gândire. Dintr-o asemenea perspectivă, referindu-se la lucrarea Sfera publică şi transformarea ei structurală, Craig Calhoun avea dreptate să remarce că *„ea este o parte a efortului de o viață făcut de Habermas de a revitaliza proiectul teoriei critice al Şcolii de la Frankfurt, de a ieşi din înfundătura pesimistă în care Horkheimer şi Adorno se aflau în era postbelică"* (Craig Calhoun, 1992, p. 5).

Născut în 1929, Habermas studiază filozofia, istoria, psihologia şi literatura germană la Universitatea din Gottingen, după care se mută la Bon, unde încheie cursurile universitare. Lucrează un timp ca jurnalist, apoi, în 1956, îl găsim ca asistent al lui Adorno. După un timp petrecut la Universitatea din Heidelberg, se întoarce la Frankfurt, unde va avea o perioadă foarte fertilă din punct de vedere academic. Este important să relevăm că domeniile sale de preocupări sunt oarecum grupate pe decenii şi locuri de activitate. După ce „Sfera publică şi transformarea ei structurală" vede lumina tiparului (1961), se concentrează pe probleme de metodologie a ştiințelor sociale şi scrie în manieră polemică studii cu privire la pozitivism şi funcționalism. La sfârşitul deceniului publică lucrarea „Human Interests", una din lucrările sale importante. Este perioada în care mai publică „Tehnica şi ştiința ca ideologie". În anii 70, Habermas se mută la Starnberg, Bavaria, unde este codirector al Institutului Max Planck, institut nou creat pentru studierea condițiilor de viață în lumea tehnică şi ştiințifică. Înconjurat de o echipă de „străluciți sociologi", autorul operează ceea ce s-a numit „cotitura lingvistică". În urma acestui efort, publică (în 1981) cele două volume „The Theory of Communicative Action", considerată a fi „cea mai substanțială lucrarea a sa", cel puțin până în acel moment (William Outhwaite, edit, 2005, p. 10). La începutul anilor '80, se întoarce la Frankfurt unde rămâne, ca şef al Departamentului de sociologie şi filosofie, până în 1994, când se pensionează. În aceşti ani va aborda probleme legate de legitimitate, de morală, de teoria modernității şi de gândire postmetafizică.

„*Dacă Max Weber a fost descris ca un Marx burghez, Habermas ar putea fi sumar caracterizat ca un Max Weber marxist*" (William Outhwaite, edit, 2005, p. 5). Ce avea în vedere Outhwaite când făcea o asemenea comparație? În primul rând, filiația marxistă profundă şi niciodată tăgăduită a lui Habermas. Asupra sa au exercitat influență gânditori de prestigiu, de la Kant şi Hegel la Weber, Parsons şi Piaget, dar cea mai importantă înrâurire vine din tradiția marxistă, cea care inspirase şi activitatea Institutului de cercetare socială de la Frankfurt. Ca şi Weber, Habermas este în mod fundamental un gânditor şi nu un om de acțiune, dar problemele politice importante ale momentului îşi găsesc ecou în

lucrările sale. Ca şi Weber este un savant, dar nu unul de cabinet, ci deschis către preocupările timpului şi împărtăşeşte cu autorul „Eticii protestante" o propensiune specială pentru teme mari - modernizare, raționalizare, impactul științei şi tehnicii asupra societății contemporane. Habermas rămâne mai presus de toate un adept al teoriei critice. Chiar dacă se va îndepărta de direcția teoretică stabilită în Dialectic of Enlightenment, îl vom găsi angajat în reinterpretarea unor teme care țin de suprastructură (domeniu tratat sumar şi schematic de către doctrina marxistă), de la cele etice şi epistemologice până la cele care țin de modernitatea vieții contemporane; într-un cuvânt, „teoria critică" este orientată către probleme mai practice, spre a priza cu întrebările şi preocupările oamenilor.

14. Sfera publică burgheză: naşterea gândirii critice şi a publicului cugetător

Pentru cercetarea noastră istorică, Habermas este important prin două concepte fundamentale: spațiul public şi acțiunea comunicativă. „Spațiul public" a ajuns să fie unul dintre cele mai cunoscute concepte din domeniul sociologiei, politologiei, comunicării. El este, în primul rând, un concept sociologic sau, dacă vreți, situat la întâlnirea dintre sociologie şi politologie. De ce, atunci, insistăm asupra lui? Dacă vom citi mai atent lucrarea „Sfera publică..", vom descoperi că ea reprezintă, în fond, analiza unui concept: opinia publică. Autorul vorbeşte despre sferă publică, public, spirit critic, raționalitate etc dar în straturile mai adânci ale analizei descoperim judecăți despre opinia publică, despre modul său de manifestare în diferite perioade. Lucrarea reprezintă, în ultimă instanță, o excelentă monografie consacrată opiniei publice. În al doilea rând, spațiul public are legături clare cu democrația, societatea civilă etc. Indiscutabil, conceptul acesta are cea mai consistentă relație cu zona comunicării. Unul dintre elementele determinative cele mai importante în apariția şi transformarea spațiului public este cel al comunicării. Prin urmare, ni se pare nu numai îndreptățit, ci necesar să tratăm această categorie în cadrul cursului de față, relevând cu prioritate legăturile sale cu domeniul comunicării.

„Sfera publică şi transformarea ei structurală" apare în 1961 cu un subtitlu semnificativ: „Studiul unei categorii a societății burgheze". Lucrarea este, în fond, teza postdoctorală a autorului, cerută de sistemul german celor care vroiau să devină cadre didactice universitare. Inițial, ea a fost înaintată lui Max Horkheimer şi lui Theodor Adorno, la Universitate din Frankfurt. Cei doi gânditori au considerat că lucrarea era insuficient de critică la adresa iluziilor concepției iluministe cu privire la

viața democratică şi, mai ales, la societatea de masă. În cele din urmă, a fost înaintată la Universitatea din Marburg. Lucrarea are un ecou considerabil în mediul academic german, cu deosebire în rândul studenților, chiar dacă va cunoaşte şi contestații, mai ales din partea stângiştilor care reproşează idealizarea sferei publice burgheze şi exagerarea potențialului ei transformator. Traducerea în engleză are loc cu întârziere, de-abia în 1989. Cum precizează şi Calhoun, una dintre rațiunile amânării a fost şi aceea că autorul însuşi, conştient de numărul mare de cercetări empirice efectuate pe acestă temă, a intenționat să rescrie lucrarea (Ibidem, p. 5). Ceea ce nu s-a mai întâmplat. În schimb, Habermas elaborează cu prilejul reeditării lucrării, în 1989, o prefață substanțială în care recunoaşte interpretările noi apărute în cei aproape 30 de ani, care au *„modificat propria mea teorie, evident nu atât în ceea ce priveşte trăsăturile ei fundamentale, cât mai ales gradul complexității ei”* (Habermas, 1998, p. 10).

Înainte de a discuta despre sfera publică şi caracteristicile sale, trebuie să fixăm, mai întâi, semnificația de ansamblu a acestui concept. De ce este importantă sfera publică? Pentru că ea este concepută ca un mod de conviețuire şi integrare socială. Sub un asemenea unghi analizează Habermas sfera publică burgheză şi transformarea ei. În sfera publică burgheză întâlnim comercianți, proprietari, nobili scăpătați sau burghezi în acsensiune, intelectuali şi oameni obişnuiți. Pot ei găsi o cale de coordonare a acțiunilor şi intereselor lor, de coordonare, încât să poată conviețui? Pot să fie stabilite formule de dialog, în măsură să păstreze comunitatea laolaltă, să prevină mari clivaje, să mențină tensiunile (normale la nivelul unei asemenea structuri complexe) într-o stare de echilibru? Sfera publică nu este un simplu concept, ea acoperă o realitate sociologică pe care trebuie să o cercetăm, spre a putea înțelege nu numai particularitățile unor etape istorice foarte importante, ci chiar modul cum funcționează o societate. Cine sunt actorii principali ai sferei publice? Cum interacționează ei? Cum se iau deciziile? Care sunt partenerii sociali ai statului şi în ce raporturi se află ei cu centrele de decizie statală? În modul cum funcționează sfera publică vom putea „citi” şi descifra foarte multe lucruri privind esența societății respective.

Primul obiectiv al lucrării, fixat de altfel în subtitlul ei, este acela de a explica „tipul ideal de sferă publică burgheză”. Potrivit lui Habermas, sfera publică burgheză ia naştere la sfârşitul secolului al XVII –lea şi de-a lungul celui de-al XVIII-lea în țări precum Franța, Anglia, Germania. Fiecare din aceste țări aveau o puternică elită culturală care discuta în saloane, cafenele, etc problemele momentului. Asemenea discuții cuprindeau un număr restrâns de oameni, dar aveau loc într-o „manieră critică”. Apariția sferei publice burgheze propriu zise este corelată şi cu o sursă culturală, diversificarea publicațiilor, deci a

mijloacelor de informare, cele ce furnizau motive de discuţii unor pături mai largi, care nu făceau parte din cercul restrâns al „republicii intelectualilor”. Discuţiile pe care le poartă membrii acestei noi pături sociale sunt private (în familie sau în cercuri restrânse). Numai că motivele, informaţiile, opiniile, vin dintr-o sursă comună: cărţile, revistele, ziarele, toate aflate în creştere. De aceea, cum avea să sublinieze Habermas, *„se formează în interiorul sferei private o reţea relativ densă a comunicării publice”* (1998, p. 11). Forma (discuţia propriu zisă) este privată, conţinutul ei este din ce în ce mai pregnant public. „*Linia despărţitoare între sfera privată şi cea publică trece chiar prin interiorul casei. Persoanele private păşesc din intimitatea camerei lor de locuit în sfera publică a salonului; amândouă se corelează strâns*” (Ibidem, p. 93).

Cine este subiectul acestei sfere publice? Un public de un anume fel. Un public ce se extinde şi care cuprinde preoţi, profesori, medici, ofiţeri, jurnalişti. Ei formează noua categorie a „învăţaţilor”, o pătură care aparţine în bună măsură clasei mijlocii. O categorie socială care nu mai este integrată nobilimii. Saloanele franceze, cafenelele britanice sau societăţile germane îşi păstrează poziţia, continuă să fie foruri de legitimare pentru cărţi, idei, opinii, comportamente. Dar configuraţia lor se schimbă. Şi nu este vorba doar despre schimbarea compoziţiei sociale, ci de reponderarea greutăţii specifice a fiecărei categorii de participanţi, de „o emancipare reală a spiritului”. Saloanele franceze erau frecventate de către nobilimea aflată în declin, de burghezia în ascensiune, dar şi de intelectuali. Cum precizează autorul, nobilimea şi burghezia se întâlnesc pe picior de egalitate cu „inteligenţa”; „*spiritul încetează să mai fie o prestaţie pentru mecenaţi: opinia se emancipează de legăturile dependenţei economice*” (1998, p. 80).

Spiritul critic propriu sferei publice burheze vine pe filiaţie literară, pentru că în acest domeniu a existat un public oarecum specializat, au existat dezbateri şi forumuri de dezbatere, o practică şi o tradiţie a spiritului critic; într-un cuvânt au existat condiţii pentru instituţionalizarea unei practici critice. „*Prin mijlocirea acestora, ansamblul experienţelor trăite în domeniul privat, corelat cu publicul, pătrunde în sfera publică politică*” (1998, p. 99).

De unde vine puterea şi influenţa acestui nou public, forţa, audienţa sa? Pentru că el nu avea instrumente de acţiune, nici mijloace de constrângere. Dezbaterile, chiar dacă au loc în sfere restrânse, nu rămân în acele spaţii. În primul rând, participanţii sunt oameni de o anumită influenţă socială, cu un anumit prestigiu în comunităţile respective. Ideile şi opiniile lor circulă. Sunt discutate nu numai în cercurile respective, ci în perimetre mai largi. Apoi, ceea ce se dezbate în aceste locuri publice este într-un fel sau altul preluat şi difuzat de către presă. Presa joacă nu

numai rolul de a alimenta discuțiile din aceste sfere, încă restrânse, cu diferite subiecte, opinii, fapte, ci şi de a răspândi ceea ce s-a dezbătut în aceste „foruri de legitimare". Într-adevăr, sfera publică şi publicul ei nu aveau instrumente instituționalizate, dar şi-au făurit două foarte importante: presa şi opinia publică. De prisos să adăugăm că opinia publică examina şi judeca diverse situații în aceeaşi manieră critică, proprie sferei publice burgheze.

În felul acesta, s-a putut crea un climat de care nu mai puteau face abstracție nici instituțiile statului. Cercurile acestea de dezbateri – fie că sunt saloane literare, cafenele, societăți – rămân undeva în plan secund. Prim planul începe să fie ocupat de presă şi de opinia publică, de aceste două forțe care judecau, apreciau, lăudau sau condamnau. Nu cu putere instituțională, ci cu puterea cuvântului transmis din gură în gură, cu forța argumentului însuşit de un număr din ce în ce mai mare de oameni. Într-adevăr, sfera publică burgheză şi funcționarea sa nu poate fi înțeleasă cum se cuvine decât dacă avem în vedere dezvoltarea opiniei publice ca forță critică şi modelatoare, care avea două rădăcini puternice: presa, ea însăşi critică, şi noul public, cel care întruchipa spiritul critic.

Pentru a preveni anumite neînțelegeri, este bine să subliniem două aspecte de semnificație mai largă. S-ar putea crede că schimbarea compoziției sociale a celor care participă la discuțiile din sfera publică este cauza apariției sferei publice burgheze. Lucrurile stau tocmai invers. Pentru că societatea devenea, şi într-o bună măsură devenise burgheză, ea a generat o formă a sferei publice în acord cu noua bază economică şi socială. Mai întâi a apărut o economie şi o piață privată, care au stimulat dezvoltarea comerțului, diversificarea meseriilor, apariția unor instituții financiare noi. Acest sistem economic emergent a reprezentat baza pentru diversificarea structurii sociale, pentru dezvoltarea învățământului şi profesiilor liberale, pentru afirmarea unui început de prosperitate relativă care cuprindea pături restrânse. O asemenea structură socială schimbată a căpătat în plan social o importanță similară cu cea a sistemului economic care o generase. Împletirea dintre noua structură socială şi discursul critic şi rațional a condus la ideea unei societăți separate de stat şi de persoana aflată în fruntea sa, la apariția mugurilor unei societăți civile, fundamentală pentru înțelegerea concepției lui Habermas despre sfera publică. Într-adevăr, sfera publică s-a dezvoltat ca „*un domeniu autentic de autonomie privată, care era opusă statului*" (Habermas, p. 12 de verificat).

În acelaşi timp, dacă sfera publică s-a constituit ca o contrapondere la puterea statului, trabuie subliniat că însuşi statul, pentru a genera un asemenea răspuns social, trebuia să atingă acel nivel de „impersonal locus" al autorității, să dezvolte un aparat birocratic, să nu se mai confunde cu persoana din fruntea sa. Sfera publică nu putea să apară

înainte ca zona privată să fi atins un anumit nivel, o anumită forță, pentru a se simți nu numai chemată, ci îndreptățită să discute probleme publice, probleme administrative, impactul unor măsuri adoptate la nivel statal. Dar nici înainte ca statul să se organizeze într-un teritoriu al său, să poată lua decizii care să afecteze într-un fel sau altul domeniul privat. Şi care aveau un impact public. Cu alte cuvinte sfera publică a apărut ca o contrapondere la puterea statului. Ea nu se confunda cu aparatul de stat, ci reprezenta o altă realitate sociologică, având alte valori şi funcționând după alte reguli.

Mult timp, în perioada evului mediu şi al începuturilor societății capitaliste, ceea ce era de importanță publică era asociat cu statul. Aveam de-a face cu un sens restrâns, îngust, al formulei „de importanță publică" şi ea a funcționat într-o societate în care se putea spune: „statul sunt eu". Şi în acest domeniu, sfera publică burgheză instituie o prefacere radicală. Ceea ce este de importanță publică nu mai apare asociat univoc cu statul şi începe să aibă o semnificație de sine stătătoare. Pe măsură ce o anumită elită educată a început să gândească despre sine că formează publicul, a apărut şi posibilitatea ca ea să gândească nu numai diferit, ci chiar într-o manieră opusă statului. Evident, acest lucru nu putea fi făcut dintr-o dată şi nu putea fi afirmat în mod deschis. În această dispută cu statul apare formula de „interes general". Ea este formula sub care a crescut publicul, ca actor istoric, sub care au putut fi discutate probleme publice independent şi chiar în contradicție cu poziția statului, sub care s-a putut afirma „*o practică a discursului critic rațional asupra problemelor politice*".

15. Caracteristici şi achiziții istorice

Caracteristica esențială a sferei publice burheze consta în faptul că domeniul public şi privat erau separate; exista o comunitate a persoanelor care se întruneau ca public şi examinau probleme publice, dar ele îşi păstrau calitatea lor de persoane private. Publicul era format din persoane private care se întruneau pentru a dezbate probleme de interes comun. Venind din sfera privată, aceste persoane poartă comandamentele acestei sfere. Între care, la loc de frunte, se numără cel al libertății. Ceea ce îi adună pe oameni este şi preocuparea de a-şi apăra libertatea împotriva dominației statului, dar şi nevoia ca problemele publice să fie rezolvate într-un spirit rațional, pentru a nu afecta domeniul privat şi individul. Prin urmare, de la început sfera publică burgheză s-a conceput pe sine ca o prelungire în plan social a intereselor economice private şi s-a definit nu numai ca un domeniu diferențiat de stat şi aflat în opoziție cu

acesta. „*Sfera publică burgheză poate fi inițial percepută ca sferă a persoanelor private întrunite ca public ...Mijlocitorul acestei despărțiri politice este în mod original şi fără precedent istoric, aşa numitul raisonment public"* (Ibidem, p. 73). Domeniul public şi cel privat se întâlneau pe terenul comun al dezbaterilor şi înfruntărilor dar ele erau, în esența lor, separate. Pe o asemenea separare se întemeiază, în ultimă instanță, şi spiritul critic şi rațional. Statutul membrilor care îl compuneau era cel de persoane private interesate de bunul mers al treburilor publice. Spiritul critic avea atât un punct de sprijin economic (erau persoane libere prin statutul lor să se exprime critic), dar şi unul cultural. Să nu uităm compoziția socială a acestei sfere restrânse: persoane cu interese economice, dar şi oameni luminați, formați prin lectură şi dezbatere. De aceea, sfera publică burgheză favoriza o „*comunicare publică mijlocită prin lectură şi centrată pe discuții*" (1998, p. 13);

Atitudinea critică este întreținută şi stimulată de către "avântul presei de opinie", care lupta pentru dreptul la exprimare liberă în presă şi în viața socială şi ataca în diferite feluri cenzura. Revoluția franceză a reprezentat un impuls istoric pentru spiritul critic, întrucât ideologia ei promova raționalismul critic, iar presa, care a cunoscut o dezvoltare explozivă în Franța acelor ani, încuraja o asemenea atitudine. Apăruse un climat favorabil opiniei libere, împotriva oricărei încorsetări a gândirii. Cu mici excepții, aceasta este tendința care se întâlneşte în toate țările dezvoltate ale Europei. În Germania avem de-a face, potrivit lui Habermas, cu o întârziere a instituționalizării sferei publice, datorită politicii cenzurii. Încă un argument că adevăratul ferment al sferei publice politice este presa de opinie, pentru că cenzura țintea opinia.

Indiferent cum a evoluat, cât de autentice au fost împlinirile sale, sfera publică burgheză, prin instanțele sale – fie că vorbim de saloanele franceze, de cafenelele englezeşti, 3000 la număr în prima decadă a secolului al XVIII-lea la Londra, de societățile germane, de presa de opinie - a plămădit câteva trăsături esențiale ale discuției publice care vor rămâne achiziții de fond nu numai ale acestei sfere publice, ci ale societății moderne în ansamblu. În primul rând, "*a fost reclamat un gen de comunicare socială care nu presupunea egalitatea statutului social, ci făcea cu totul abstracție de el. Un comportament plin de tact, pornind de la egalitatea valorii, se impune tendențial împotriva ceremonialului rangurilor*" (Habermas, p. 83). Ideea impune prin sine însuşi şi nu are nevoie de multe comentarii. Nici de observații care să vizeze gradul ei de realizare. Important este să relevăm, o dată cu autorul, dorința reciprocă de a accepta rolurile atribuite, ceea ce presupunea încrederea că în cadrul publicului, dincolo de interese, de percepții şi interpretări personale, se poate ajunge la un compromis, la o poziție comună construită printr-o abordare rațională. Pentru aceasta, statutul trebuia să fie pus în paranteză,

să nu fie prezent în discuție, spre a nu incomoda procesul de aflare a adevărului.

Descoperim, astfel, o altă trăsătură fundamentală, aceea că argumentul rațional reprezintă arbitrul oricărei dispute şi numai el poate decide asupra adevărului, asupra binelui comun, asupra posibilității de a conveni o soluție acceptabilă pentru părțile implicate. Faptul că argumentul are preponderență şi în fața statutului social, este o victorie cu adevărate semnificații istorice. Dacă argumentul învinge statutul social înseamnă că avem într-adevăr de-a face cu o abordare modernă, pe care nu o întâlnim foarte frecvent nici astăzi. Fireşte că ea nu a izbândit definitiv în acea perioadă. Ar fi putut fi considerată o mare victorie dacă ar fi fost şi numai formulată. Chiar dacă putem admite că nu a învins integral, faptul de a fi fost prezentă, de a fi prilejuit încercarea de a supune oricare opinie, indiferent de poziția socială a celui ce o formula, unei examinări raționale, înseamnă un enorm pas înainte.

Formarea publicului specific sferei publice burheze prilejuieşte o considerabilă lărgire a tematicii dezbaterii publice, precum şi o recuperare pentru domeniul politic a unor probleme, până atunci considerate ca aparținând de drept altor domenii. Publicul care se formează are o configurație socială diferită, dar capătă recunoaştere şi exercită influență. El devine purtător al opiniei publice şi se afirmă ca instanță critică. Dezbate o paletă mai largă de probleme care, pînă atunci, fuseseră apanajul cercurilor ecleziastice, al celor nobiliare sau chiar ale statului. „Secularizează" sau „profanează" teme care fuseseră considerate tabu. Probleme în legătură cu care se instituise un gen „de monopol de interpretare" au fost rediscutate în cadrul societății civile şi în termenii interesului general. Cum compoziția socială şi pregătirea membrilor acestui public sunt diferite, şi dezbaterea avansează înțelegeri şi puncte de vedere diferite cu privire la aceleaşi probleme.

În sfârşit, un al patrulea câştig pentru evoluția societății moderne este acela că publicul nu este considerat închis, refractar la primirea de noi membri, ci inclusiv, permeabil la îmbogățire şi diversificare. Iarăşi, nu trebuie să ne imaginăm că o asemenea trăsătură s-a realizat integral. Ca în toate celelalte cazuri, avem de-a face cu idei aşa de generoase, încât este un mare merit că ele au fost ridicate. Că s-au prefigurat condiții de bază ale unei dezbateri autentice şi ale unei sfere publice care să funcționeze cu adevărat. Cât s-a avansat în direcția unui public inclusiv este mai puțin important. Mult mai relevant este faptul că nu s-a mai putut reveni la starea inițială, la ideea de cerc închis, de public exclusiv, de castă. „ *Chiar dacă uneori ar fi dorit să fie exclusiv, publicul nu s-a mai putut niciodată îngrădi pe deplin şi consolida sub forma unei clici, căci el se concepea pe sine şi se afla permanent cuprins într-un public mai mare*" (Ibidem, p. 86).

Discutând despre sfera publică burgheză şi caracteristicile sale, merită să ridicăm şi o altă problemă: este această sferă unică şi absoarbe toate dezbaterile cu semnificaţie publică sau avem de-a face cu "sfere publice aflate în concurenţă". Iniţial, Habermas amintise doar de sfera publică "plebee" pe care o descrisese ca fiind secundară, în cele din urmă integrată în sfera publică burgheză. Sub influenţa reprezentanţilor Studiilor Culturale Britanice (E.Thompson publicase lucrarea "deschizătoare de drumuri" The Making of the English Working Class şi teoretizase ideea de "cultură a clasei muncitoare" iar Raymond Williams volumul care a rămas un punct de reper în cadrul analizelor consacrate culturii şi comunicării "Culture and Society"), Habermas revine în Introducerea de care am amintit cu ocazia republicării Sferei publice, în 1989. Cu acest prilej, el subliniază că sfera publică "plebee" poate fi considerată atât o variantă a sferei publice burheze – pentru că modelul acesteia s-a impus şi a dominat societatea timpului – dar, în acelaşi timp, ea furnizează elemente de emancipare a categoriei sociale pe care o reprezenta şi, într-un asemenea context, poate fi considerată o sferă publică de tip alternativ. În orice caz, ideea pluralităţii sferelor publice reprezintă un câştig teoretic cert, care ne ajută să ne reprezentăm mai adecvat evoluţiile recente consemnate în domeniul spaţiului public.

16. Refeudalizarea societăţii şi degradarea sferei publice

Jurgen Habermas vorbeşte, de fapt, despre două sfere publice. Sfera publică burgheză şi cea apărută în „capitalismul târziu" prin „transformarea structurală" a primeia. Cum remarca şi Seyla Benhabib, „transformarea" unei „categorii a societăţii burgheze" este „mai puţin o evoluţie cât un declin al sferei publice" (Models of Public Space, 1992, p. 88).

Transformarea fundamentală din sfera publică a societăţii contemporane afectează tocmai separarea de care vorbeam. Subminarea fundamentelor sferei publice are loc, potrivit interpretării lui Habermas, printr-o "refeudalizare" a societăţii. Modelul sferei publice nu mai poate funcţiona pentru că "domeniul public şi cel privat se încrucişează". Apare, cum precizează autorul, "*o sferă socială repolitizată care nu se mai lasă subsumată – nici sociologic, nici juridic – categoriei de public şi privat*" (p. 231). Ia naştere un "spaţiu intermediar" în care îşi dau întâlnire domeniile etatizate ale societăţii şi domeniile sociale ale statului. Acestea reprezintă forţele principale care compun sfera publică. Sunt câteva consecinţe ale acestei intrepătrunderi.

În primul rând, relaţiile dintre public şi privat, bine conturate până atunci, devin difuze. Viaţa privată nu mai are autonomie, iar structurile în cadrul cărora exista, de la familie până la cercurile literare sau

intreprinderile economice, nu mai au identitatea de altădată şi nu mai reprezintă surse ale gândirii independente şi ale preocupării pentru interesul general. Foarte important este şi faptul că un asemenea proces de întrepătrundere are loc fără nici un gen de mediere din partea persoanelor private. Publicul este înlocuit de către diverse asociaţii care îşi asumă acest rol (inclusiv partidele), de către diferite centre de interese. În felul acesta, se schimbă axul central al funcţionării sferei publice: dezbaterea critică şi raţională a fost înlocuită cu negocierea. Negociere care are loc între birocraţiile private, asociaţii relevante, centre de interes, partide şi structuri administrative. Publicul din sfera publică burgheză nu-şi mai găseşte locul printre noii actori decât în situaţii speciale şi dacă este foarte bine organizat.

Publicul însuşi se transformă. Se extinde şi nu mai operează selecţia specifică publicului cititor, care are ceva de spus. Nu mai are coerenţa de altădată şi nu mai este animat de aceleaşi valori ale raţiunii şi spiritului critic. Pe măsură ce se lărgeşte, publicul nu se mai raportează nici ca o contrapondere la puterea statului, ci, dimpotrivă, solicită statul să rezolve diverse lucruri. Dacă în sfera publică burgheză publicul reprezenta o instanţă critică şi un obstacol în calea extinderii influenţei statului, acum el solicită prezenţa statului şi devine, implicit, un factor de amplificare a acestei influenţe. Un public doritor de consum şi de belşug material nu mai reprezintă suportul unei opinii publice unitare şi, la rândul ei, critică.

Când marii actori – corporaţiile şi asociaţiile - ocupă spaţiul public şi problemele sunt negociate între grupurile de interese nu numai că dispare nevoia de spirit critic şi dezbatere raţională, dar aceşti actori sunt interesaţi să transfere asupra statului multe probleme care, altădată, se rezolvau în plan privat. Statul este invitat să se implice social şi să-şi asume obiective care, până atunci, aparţineau sferei private. Se face, astfel, trecerea la statul bunăstării generale. Dezbaterea publică nu mai are substanţa de altădată. Nici cetăţeanul nu mai este stimulat să participe, în calitatea lui particulară, la examinarea critică a diverselor situaţii politice. I se oferă, în schimb, un substitut. Posibilitatea de a participa la o societate a consumului. A consumului de bunuri, de informaţii, de produse culturale. Acesta este traseul pe care societatea de consum îl oferă publicului de altădată: “traseul de la publicul cititor la publicul consumator” (Idem, p. 230).

Extinderea comunicării în masă generează o cultură a integrării, fără reliefuri speciale, fără atitudini care să se întoarcă împotriva sistemului, a bazelor acestuia. Totul se topeşte până la urmă în consum, într-un consum nediferenţiat, care estompează până la aneantizare orice acţiune de protest. Un instrument din ce în ce mai important în noul

context este reprezentat de către noua industrie a relațiilor publice, cele care sunt chemate "să fabrice consensul printre consumatori".

17. Opinia publică se desparte de public şi de spiritul critic

Dacă sfera publică se transformă aşa de radical, opinia publică nu putea să nu cunoască şi ea prefaceri radicale. Prima dintre acestea se referă la faptul că opinia publică nu mai este împletită cu publicul. Opinia publică exprima, de fapt, opinia publicului. Publicul fiind critic, preocupat de problemele interesului general, şi opinia publică urma aceleaşi comandamente. Ea s-a impus ca un adevărat instrument al publicului şi promova valorile acestuia. Întrucât publicul reprezenta o categorie socială relativ restrânsă şi unitară, opinia publică era şi ea unitară şi coerentă. Marea prefacere care are loc în sfera publică a capitalismului târziu, din perpectiva a ceea ce ne interesează acum, este că publicul ca atare se dezintegrează. El se extinde şi abandonează ceea ce îi conferea identitate: coeziune, spirit critic, ataşament la valorile interesului general. Actorii principali ai sferei publice fiind alte forțe, publicul este într-un fel despovărat de răspunderea de a judeca în mod critic şi de a media în spiritul interesului general. Din când în când, mai este solicitat şi atras, dar nu pentru a exprima judecăți critice, ci pentru a se smulge de la el aclamații. El nu mai este unitar şi se orientează cu predilecție către consum.

Cum suportul social al opiniei publice dispare, sau nu mai joacă rolul de altădată, evident şi opinia publică se schimbă substanțial. Ea nu mai este unitară, pentru că publicul nu mai este unitar. Pe de altă parte, ea nu mai are un inamic comun, în măsură să-i mențină starea de veghe. "F*uncția ei fusese să dizolve orice formă de coerciție în unica forță coercitivă a argumentului*. În secolul al XX-lea, acest concept critic al opiniei publice, ne spune Habermas, este înlocuit cu ceva care seamănă mai mult cu publicitatea, cu ceea ce se înțelege prin publicitate în viața modernă, adică o modalitate de influențare puternică a oamenilor, interferându-se mult cu manipularea. În plan academic, acest lucru se reflectă în abandonarea conceptului critic, original de opinie publică, în favoarea unui concept „social psihologic" lipsit de orice valoare şi a unor măsurări empirice ale acestei opinii.

În interpretarea sa Habermas există două înțelegeri fundamentale ale acestei noțiuni. Să-l ascultăm pe autorul Sferei publice: „ *<Opinia publică> dobândeşte un sens diferit, potrivit felului în care este abordată: ca instanță critică în relația ei față de publicitatea comandată*

de exercitarea puterii sociale şi politice, sau ca instanţă receptivă faţă de o publicitate extinsă demonstrativ şi manipulator.. (Habermas, 1998, p.296). Atât de tranşant este autorul în ceea ce priveşte diferenţa dintre cele două înţelesuri schiţate mai sus, încât afirmă că prima versiune "*se bazează pe opinia publică, cealaltă pe opinia non publică*" (Idem). Cele două înţelesuri se află în competiţie în cadrul sferei publice a capitalismului târziu. Primul, are acoperire constituţională, dar are o existenţă în bună măsură fictivă, cel de-a doilea este din ce în ce mai prezent şi înrâureşte din ce în ce mai mult viaţa societăţii. De aceea, este oportun să pătrundem mai bine conţinutul acestei ultime accepţiuni a opiniei publice.

Prima mare modificare pe care o consemnează opinia publică în acest ultim sens este că "înlocuieşte publicul ca subiect al opiniei publice cu diverse agenţii". Despărţită de public şi de instanţele de judecată unde se forma ea în mod tradiţional, opinia publică este "dezbrăcată" de caracterul său de opinie <publică >. Ea începe să fie considerată nu rezultatul unui process de dezbatere având caracteristicile pe care le-am amintit, ci "un produs al procesului de comunicare cu masele". De aceea, nu mai are substanţa de altădată, nici vocaţia de a apăra şi proteja interesul general, sau răspunderea asumată de a opri statul să invadeze spaţiul public. Cum precizează şi Habermas, este foarte greu să fie distinse modalităţile prin care ia naştere opinia publică într-o asemenea accepţiune: pe calea comunicării politice, prin mediatizare sau prin intermediul strategiilor privind managementul de opinie. Oricum am privi lucrurile, o asemenea situaţie exprimă fie "înclinaţia unei mase incapabilă de vreo articulare", fie o stare degradată a unei opinii capabilă iniţial de luminare, dar "constrâns integrată" de către structurile şi organizaţiile capitalismului târziu.

De aceea, nu mai avem de-a face cu o opinie critică şi activă, ci cu o "ficţiune a opiniei publice"; iar faptul că este rataşată la anumite orientări politice "nu-i anulează caracterul fictiv". În noul context, capătă preeminenţă înţelegerea "social psihologică" a opiniei publice şi demersurile care se limitează să facă diverse sondaje pentru a surprinde "evoluţia" opiniei publice. Cu ce înţelegere a "opiniei publice" operează o asemenea viziune? Habermas citează o definiţie dată de autorul american, L.W. Doob : "*Opinia publică desemnează comportamentul aceluiaşi grup social faţă de cutare sau cutare problemă"* (Ibidem, p. 301). Definiţia este selectată pentru că, pornind de la o viziune proprie pozitivismului, ea relevă aspectele care au fost excluse din înţelegerea clasică a opiniei publice. "Publicul" a fost echivalat cu "masa", apoi cu "grupul", iar grupul, în opinia lui Habermas, face abstracţie de multitudinea condiţiilor istorice şi sociale, ca şi de mijloacele instituţionale existente într-un moment sau altul. De asemenea, "opinia"

nu este concepută mai puțin abstract. Mai întâi a fost identificată cu "expresia unei probleme controversate", apoi cu "expresia unei atitudini", iar, în cele din urmă, cu comportamentul însuşi. "*Opinia dobândeşte atributul caracterului public numai prin intermediul situării ei în contextul unor procese de grup*" (Ibidem, p. 302). Diverse măsurători şi evaluări îşi propun să surprindă dinamica unei asemenea opinii. În realitate, rezultatul major al acestui proces îl constituie "disoluția social-psihologică a conceptului de opinie publică" (Ibidem, p. 300). Astfel, opinia publică nu numai că devine difuză, dar ea îmbracă din ce în ce mai mult forma unei ficțiuni a statului de drept; ea nu mai este decât „titulatura unei analize social psihologice a proceselor de grup" (Ibidem, p. 301)

Presa, la rândul ei, cunoaşte un tip de transformare care o îndepărtează de statutul de instrument de informare şi de promovare a spiritului critic şi rațional. Editorul de ziar, după aprecierea lui Habermas, s-a transformat dintr-un furnizor de ştiri într-un comerciant de opinie publică. Concomitent, presa este din ce în ce mai mult dominată de comandamente comerciale. "*Ziarul dobândeşte caracterul unei intreprinderi care produce, în calitate de marfă, spațiu pentru anunțuri; o marfă vandabilă cu ajutorul părții rezervate redacției*" (1998, p. 237). Presa nu mai este acel majordom al spațiului public, preocupat să permită accesul în acest spațiu a unor opinii reprezentative, care să servească interesul general. Nu, presa devine un gen de uşă prin care intră în spațiu public "interese private privilegiate". În felul acesta, ea abdică de la misiunea de a fi instrument de informare publică şi devine, implicit, canal de promovare a unor interese de grup.

18. Sfera publică preia funcțiile reclamei

Contururile sferei publice burgheze se descompun. Sunt două tendințe care acompaniază o asemenea transformare. Are loc o extindere a sferei publice. Pe măsură ce tot mai mulți oameni deprind ştiința de carte, participanții la dezbaterea publică devin din ce în ce mai numeroşi. Nu mai întâlnim coerența de altădată, atitudinea hotărâtă şi consecventă de apărare a propriilor interese, de stăvilire a înaintării statului, a creşterii influenței sale. O dată cu extinderea numărului de participanți, sfera publică îşi pierde funcțiile sale politice, cu alte cuvinte rolul ei de a examina critic diferite stări de lucruri se diminuează. Consecința acestei situații: sfera publică "pierde forța propriului ei principiu", adică promovarea spiritului critic şi a abordării raționale, în credința că, astfel, interesul general poate fi respectat iar echilibrul dintre diferite puteri, asigurat.

Pe de altă parte, noile forțe ale sferei publice – corporațiile, diverse asociații – nu mai lucrează pentru a răspunde într-un mod adecvat cerințelor unui public independent şi critic, ci îşi construiesc propria legitimitate şi induc în rândul cetățenilor, dar şi al altor actori sociali, nevoi, aspirații, cerințe conforme cu sistemul dominat de către stat, corporații şi asociații. Încet, încet această sfera publică burgheză cu trăsăturile care au impus-o se degradează. Ca formă sau ca motiv retoric, ea mai poate dăinui. Îi lipsesc însă pilonii care o susțineau, instituțiile şi atitudinile care îi dădeau viața. Ea "devine o curte plasată în fața publicului care vrea să-şi etaleze prestigiul" şi nu să lanseze dezbaterile critice care l-au consacrat. Infrastructura sferei publice "este pecetluită de constrângerile selective ale comunicării de masă" (p. 41).

Dacă vom examina mai îndeaproape demersul lui Habermas, vom descoperi că "Sfera publică" este un alt tip de interpretare a evoluției societății capitaliste, de la faza sa liberală la cea "organizată" şi "administrată". Din această perspectivă, se poate face o paralelă instructivă între "Sfera Publică" şi Dialectic of Enlightenment. Ambele se concentrează pe două faze distincte de evoluție ale capitalismului şi ambele portretizează o "decădere". Ambele vorbesc de un moment de puternică afirmare a rațiunii şi spiritului critic şi despre o transformare tristă care reduce rațiunea la ipostaze instrumentale, manipulative, în orice caz degenerative, dacă avem în vedere promisiunile unei perioade de triumf a rațiunii şi aşteptările istorice legate de evoluțiile ulterioare. Aici putem identifica un argument forte în contra celor care consideră că Habermas nu ar face parte din Şcoala de la Frankfurt. Numai că el trăieşte într-o altă etapă, când se puneau alte probleme. Lucrarea respiră după opinia noastră, preocupări similare cu cele din Dialectic of Enlightenment, numai că avem de-a face cu o altă întemeiere a judecăților şi, dacă vreți, cu un alt mod de a formula problemele, în bună măsură emancipat de tonul ideologic. Chiar şi "decăderea" sferei publice burgheze – chiar dacă această parte a lucrării, cum remarca şi Calhoon, nu se ridică la înălțimea primei părți, în care este zugrăvită sfera publică burheză clasică, este prezentată pe un ton neutru şi fără accente apodictice. Este ca un tablou sociologic şi istoric pe care autorul se mulțumeşte să-l descrie. Cu tristețe, cu amărăciune, dar fără tonul strident din Dialectic of Enlightenment. Este o altă manieră, dar preocupările sunt, neîndoielnic, aceleaşi.

Pe de altă parte, este greu să fie reprimat sentimentul că sfera publică a societății contemporane este privită prin "lentilele" confecționate de către sfera publică burgheză. Vedem ceea ce ne permit aceste lentile. Ceea ce nu a fost prezent în sfera publică burheză fie că nu este observat, fie că este automat prin contrast. Rezultă un portret în alb şi negru. Craig Calhoun mărturisea că „*deşi cartea a fost poate mai mult*

citită pentru analiza referitoare la degenerarea sferei publice, argumentarea privind constituirea sa este şi mai originală, şi mai interesantă"(Calhoun 1992, p. 10). Nu dorim să procedăm la o comparație. Ceea ce ne apare evident este că analiza degenerării sferei publice este, din perpsectiva sociologică, săracă şi puțin convingătoare. Lipseşte documentația sociologică atât de bogată în cadrul analizei sferei publice burgheze. Partea a doua este mai mult o portretizare în care culorile ideologice sunt mai prezente şi alcătuiesc chiar tonul dominant. În prima parte a lucrării, acest ton este mult mai estompat, el resimțindu-se cu deosebire în idealizarea, indiscutabilă, a sferei publice burgheze, în care publicul cugetător triumfă, deşi tabloul istoric arată şi multe alte traiectorii, dispute şi conflicte, departe de predominața „spiritului cugetător". Dar bogăția investigației sociologice ne face să percepem mai puțin dimensiunea ideologică. În analiza sferei publice a capitalismului târziu, lucrurile stau tocmai invers.

19. Acțiunea comunicativă
o încercare de refundamentare a acțiunii sociale

Cum precizam, aceasta este a doua noțiune de mare semnificație pentru domeniul comunicării lansată de Habermas. Sfera publică reprezenta un concept cuprinzător, care îngloba şi multe elemente din zona comunicării. Dar nu aparținea în exclusivitate domeniului de care ne ocupăm. Habermas este filozof şi sociolog. Părea puțin probabil că va dezvolta un concept din sfera comunicării propriu zise. „Acțiunea comunicativă" este o un asemenea concept.

Pentru a înțelege la adevăratele sale dimensiuni demersul lui Habermas, este nevoie să facem câteva precizări preliminarii. Aici nu este important că acțiunea comunicativă aparține, în mod firesc, sferei comunicării. Mult mai relevant este să înțelegem de ce autorul german recurge la o asemenea noțiune, cu ce scop şi în ce împrejurări face acest lucru. Habermas vorbeşte despre acțiunea comunicativă în contextul analizei diverselor modele de raționalizare socială, înclusiv a modelului marxist, cărora le reproşează faptul că examinează raționalitatea doar în relația cu subiectul – individual sau colectiv - că, în cele din urmă, ele se mențin tot pe terenul conştiinței. Nu este de mirare, spune Habermas, că se ajunge, de la Marx şi până la Horkheimer sau Adorno, la un gen de capcană: dacă ne vom concentra doar pe individ şi performanțele sale, nu vom înțelege cum piața şi structurile administrative preiau puterea efectivă şi nici nu vom identifica formule de restaurare democratică a acestei situații. De aceea, Habermas procedează la o substituție: raționalizarea centrată pe subiect este înlocuită cu raționalizarea bazată pe

interacțiunea dintre subiecți. În felul acesta, se deschide o cu totul altă perspectivă pentru întemeierea acțiunii şi a procesului de raționalizare. „Acțiunea comunicativă" reprezintă un fundament teoretic pentru o reconstrucție a unei noi teorii sociale. „*Dacă presupunem că specia umană se menține prin activitățile coordonate social ale membrilor săi şi că această coordonare are loc prin intermediul comunicării – şi în anumite sfere ale vieții prin comunicarea care urmăreşte realizarea acordului – atunci reproducerea speciei solicită de asemenea satisfacerea condiției unei raționalități inerente acțiunii comunicative*" (Habermas, 1997, Vol. I, p. 397).

Instructiv este şi traseul pe care l-a parcurs Habermas până la descoperirea acestui concept cu rol întemeietor. La teoria comunicativă s-a ajuns prin mai multe renunțări succesive. Prima a fost reprezentată de abandonarea unei preocupări mai vechi de a prezenta teoria critică drept o filozofie a istoriei orientată practic. Habermas a considerat că ar fi mult mai folositor un model al metodologiei critice. Pe care, în cele din urmă, l-a părăsit apreciind că insistența pe epistemologie şi metodologie ar fi reprezentat, în ultimă instanță, o deturnare: analiza ar fi poposit prea mult pe noțiuni care ar fi reprezentat o îndepărtare de obiectivul central al intențiilor sale. Pentru că, între timp, descoperise caracterul iluzoriu al atracției pentru filozofia istoriei, Habermas se orientează mult mai decis către filozofia limbajului. De ce? Perspectiva fundamentării ştiințelor sociale printr-o teorie a limbajului i-a apărut mult mai promițătoare. Era momentul în care Naom Chomsky lansase teoria competenței lingvistice. Pentru Habermas, competența comunicativă a apărut un concept mult mai generos, care „*ar permite să găsim şi să reconstruim sistemele de reguli potrivit cărora noi producem complexe de interacțiuni, lumea simbolică a realității însăşi*". Cum precizează şi William Outhwaite (2005, p. 11), nici acest proiect nu a fost finalizat, dar de aici a reținut noțiunea centrală de acțiune comunicativă.

Am făcut aceste precizări, pentru a înțelege mai limpede care era scopul lui Habermas, ținta sa teoretică. Autorul german începe lucrarea în două volume consacrată acțiunii comunicative cu o serie de considerații despre raționalizare. Aici putem identifica o explicație foarte importantă a opțiunii sale. El dezvoltă o analiză detaliată a concepției lui Max Weber despre raționalizare, care cuprinde două coordonate esențiale. Prima, reprezentată de înlocuirea vechilor forme de viață şi acțiune cu altele noi, care sunt reflexive, explicite şi calculabile. În urma acestui proces de substituire, individul devine un gen de proprietar sau manager al lui însuşi. Există şi o contrapondere a acestei tendințe, anume creşterea independenței pieței şi a structurilor administrative care devin suficiente şi nu mai participă la nici un gen de discuții şi acorduri. Ceea ce are drept consecință reducerea indivizilor la prezențe neînsemnate în aceste

adevărate maşini funcţionale, de unde şi metofora lansată de Weber privind „iron cage" (cuşca de fier).

Habermas este interesat de o nouă teorie care pune accent pe interacţiune. Realizează că performanţa individuală, oricât de importantă, poate crea, la un moment dat, tensiuni, relaţii de inegalitate. Pornind de aici, îşi dă seama că orientarea de tip comunicativ deschide cu totul alte perpsective şi pune accentul pe dialog, pe dezbatere, pe şansa de a ajunge la un acord. Într-un cuvânt pe interacţiune. Dacă vom privi la realitatea şi acţiunea socială prin prisma abordării comunicative, lucrurile încep să se configureze într-un mod diferit, să dobândim o cu totul altă imagine privind posibilitatea unor acţiuni comune, a coordonării eforturilor particulare sau de grup, chiar a realizării consensului. „*Întrebarea din teoria societăţii, cum e posibilă ordinea socială, corespunde întrebării din teoria acţiunii, cum îşi pot coordona planurile (cel puţin doi) participanţi la acţiune, astfel încât celălalt (Alter) să-şi poată „lega" acţiunile sale de acţiunile ego-ului într-o manieră nonconflictuală, evitând riscul unei suprimări a interacţiunii*" (Habermas, 2000, p. 128).

Există, în acelaşi timp, o precizare în articolul „Ştiinţe sociale reconstructive versus ştiinţe sociale comprehensive" publicată în volumul „Conştiinţă morală şi acţiune comunicativă" care ne ajută să înţelegem şi mai bine rostul demersului iniţiat de Haberms. Vorbind despre limbă, despre utilizarea ei în sens cognitiv şi în sens comunicativ•, autorul german (Habermas 2000, p. 30) face o precizare foarte importantă. *„Limba îndeplineşte trei funcţii: aceea a reproducerii culturale sau a prezentualizării tradiţiilor (din această perspectivă şi-a dezvoltat Gadamer hermeneutica sa filozofică); aceea a integrării sociale sau a coordonării planurilor a diferiţi actori în interacţiunea socială (din această perspectivă am dezvoltat eu o teorie a acţiunii comunicative); aceea a socializării sau a interpretării culturale a nevoilor (din această perspectivă a elaborat G.H.Mead psihologia sa socială).*

În Prefaţa la lucrarea „The Theory of Communicative action" întânim o mărturisire instructivă a autorului. Habermas precizează că în studiile sale care au precedat lucrarea, cu cât pătrundea mai mult în teoriile acţiunii, înţelesului, actelor de vorbire şi „altor domenii similare ale filozofiei analitice" cu atât mai mult simţea că se scufundă în detalii, că pierde din vedere obiectivul de ansamblu. Cu cât mai mult glisa spre probleme filozofice, cu atât se îndepărta de interesele sociologului care trebuie să (se) întrebe: ce scopuri serveşte o asemenea analiză conceptuală? De aceea, analiza conceptului de acţiune comunicativă a

• Habermas face o distincţie între utilizarea cognitivă a limbii, care pretinde clarificarea relaţiei dintre propoziţie şi starea de fapt şi utilizarea comunicativă care ridică, în principal, problema relaţionării cu partenerul. Ceea ce, la rândul său, presupune alte condiţii, cum ar fi pretenţiile de valabilitate, temeiurile consensului motivat raţional etc.

condus, cum precizează şi autorul, la trei subdiviziuni problematice strâns legate între ele: conceptul de raționalitate comunicativă, dezvoltat după ezitări marcate de scepticism, dar care s-a dovedit a fi rezistent la „amputările raţiunii în viziunea cognitiv instrumentală"; un concept construit la două niveluri despre societate, care integrează „lumea vieții (lifeworld) şi paradigmele sistemului (system paradigms); şi o teorie a modernității care analizează şi explică stările sale patologice într-o manieră care „sugerează o redirecționare mai mult decât o abandonare a proiectului iluminismului" (Thomas McCarthy, Translator's Introduction, p. VIII). *Astfel, teoria acțiunii comunicative este menită să facă posibilă o conceptualizare a contextului vieții sociale aflată în concordanță cu paradoxurile modernității*" (Habermas, 1997, Preface, XII,).

20. Patru mari interpretări ale acțiunii sociale

Am dori să precizăm că, întrucât noi ne preocupăm de probleme care țin de sfera comunicării, nu vom insista asupra multor alte teme cărora Habermas le acordă spații largi în cele două volume cuprinzând circa o mie de pagini; autorul german discută tema mare a raţiunii şi raționalizării societății, teoria raționalizării la Weber şi la alți autori proeminenți, teoria acțiunii sociale etc. Nu putem să nu încercăm unele clarificări menite să ajute cititorul în înțelegerea mai exactă a concepției lui Habermas. În domeniul social îți poți reprezenta mai bine un lucru atunci când poți spune ceea ce nu este acel lucru. Înțelegând bine diferența, identitatea conceptului de care te ocupi apare mai clar. De aceea, este bine să schițăm doar câteva mari interpretări ale teoriei acțiunii, pentru a ne da mai bine seama ce aduce în plus ultima interpretare, teoria acțiunii comunicative.

Cum subliniază şi Habermas, de la Aristotel încoace conceptul de acțiune teleologică a fost plasat în centrul teoriei filozofice a acțiunii (Ibidem, p. 85). În cadrul acestui model, principalul „personaj" este actorul solitar, care alege într-un context dat mijloacele considerate potrivite pentru atingerea unui scop. Conceptul central al modelului este cel de *decizie între mai multe variante* posibile, având în vedere permanent atingerea scopului. Un rol central în această abordare are şi interpretarea situației, pentru că toți paşii care urmează se sprijină pe acest punct de plecare. Conceptul s-a dezvoltat, mai târziu, în cadrul modelului strategic, în noua formulă fiind cuprinse mai multe nuanțe ale aceleiaşi orientări: anticiparea deciziilor altor actori, evaluarea unor reacții etc. Cum menționează şi autorul german, adesea modelul este interpretat într-o viziune utilitaristă, care procedează la alegerea

mijloacelor şi la fixarea scopurilor, pornind univoc de la maximizarea foloaselor. Diverse abordări din economie (teoria jocurilor, de pildă), din sociologie sau chiar psihologie adoptă ca formulă explicativă acest model. Sunt nenumărați autori care, de-a lungul vremii au dezvoltat modelul; Habermas îi menționează pe Neumann şi Morgenstern, economişti neoclasici care au fundamentat acest model în cadrul teoriei jocurilor strategice.

Modelul acțiunii reglementate normativ nu are în vedere comportamentul actorului solitar, ci atitudinea membrilor unui grup. Un grup se defineşte prin anumite interese, valori şi reguli. Regulile sunt stabilite de către grup şi, o dată adoptate, ele capătă valoare de normă. Ceea ce înseamnă caracter obligatoriu pentru fiecare membru al grupului. Încălcarea ei conduce automat la sancțiuni, reacții etc. Caracterul normativ al regulii derivă din însăşi procesul adoptării colective. Ea este asumată pentru că exprimă interesele grupului. De aici decurge o aşteptare generalizată ca norma respectivă să fie respectată de fiecare membru. În acelaşi timp, încălcarea ei generează automat reacții din partea grupului şi a fiecărui membru în parte. Conceptul central al modelului este *respectarea normei*, ceea ce înseamnă o aşteptare comună cu privire la comportamentul fiecărui membru. Modelul întemeiază teoria rolului, larg răspândită în sociologie. El a fost cu deosebire dezvoltat de autori precum Emil Durkheim şi Talcot Parsons.

Conceptul de acțiune dramaturgică este mai puțin elaborat din punct de vedere teoretic. El a fost dezbătut în cadrul Şcolii de la Palo Alto, fiind cu deosebire îmbrățişat de Erwin Goffman. Acțiunea de acest tip nu are în vedere nici actorul solitar, nici membrul unui grup, ci participanții aflați în interacțiune şi constituind un public. Aici, rolul central revine publicului şi celui care trebuie să se prezinte pe el în fața publicului. De aceea, conceptul central este cel de *prezentarea sinelui*. Ceea ce nu înseamnă un gen de comportament spontan, ci stilizarea experienței cuiva cu gândul la audiență, la particularitățile acesteia. Prezentarea sinelui trebuie precedată de două „stilizări", de două sinteze şi de corelarea lor: stilizarea propriei experiențe pentru a putea fi prezentată unei anumite audiențe, dar şi stilizarea şi sinteza particularităților audienței pentru a o putea influența şi convinge.

În sfârşit, mai este conceptul de acțiune comunicativă, dezvoltat de către George Herbert Mead şi Garfinkel şi, evident, de Habermas. Iată cum caracterizează autorul german acest model. „Conceptul de acțiune comunicativă se referă la interacțiunea dintre cel puțin doi subiecți capabili să vorbească şi să acționeze, care stabilesc relații interpersonale (fie prin mijloace verbale sau nonverbale). Actorii caută să ajungă la o înțelegere privitoare la contextul acțiunii şi planurile lor de acțiune, pentru a-şi coordona inițiativele prin consens. Conceptul central, cel al

interpretării, se referă în primul rând la negocierea definițiilor situației, care fac posibil consensul. Cum vom vedea, limba joacă un rol proeminent în cadrul acestui model" (1997, Vol. I, p.86).

Ca să ne reprezentăm şi mai limpede ce înțelege Habermas prin teoria acțiunii comunicative, este util să vedem ce reproşuri face autorul german teoriei analitice. Pentru că teoria acțiunii comunicative poate fi mai bine înțeleasă dacă o privim în oglindă cu teoria analitică. Orientare dezvoltată în lumea anglo saxonă, teoria analitică are în interpretarea lui Habermas câteva trăsături care nu o fac deloc compatibilă cu propria viziune. În primul rând, teoria analitică se limitează „la un model atomistic al acțiunii", „are în vedere un actor izolat" şi nu ia în considerație „macanismele acțiunii coordonate prin intermediul cărora se realizează relațiile personale" (Ibidem, p. 274). În plus, teoria analitică înțelege propriul rol ca fiind preponderent metateoretic, urmărind clarificarea conceptelor de bază cu care se operează în domeniu. Ea nu este preocupată, potrivit autorului german, de folosirea empirică a presupozițiilor sale (assumptions). De aceea, judecățile avansate de-abia dacă sunt conectate cu preocupările practice ale teoriei sociale. Pe când teoria acțiunii comunicative nu este focalizată pe individ, ci pe relație, pe conexiune, pe interacțiune. Ea nu se mulțumeşte să procedeze doar la clarificări teoretice, scopul ei principal fiind acela de a răspunde unor nevoi practice, de a oferi un model de cooperare. În sfârşit, legătura cu teoria socială este substanțială, teoria acțiunii comunicative fiind concepută de Habermas ca o premiză pentru regândirea domeniului social.

Există un punct în care cele două viziuni se întâlnesc şi el este recunoscut şi subliniat de Habermas, cel al definirii înțelesului în corelație cu structura expresiilor lingvistice. „*Pentru o teorie a acțiunii comunicative sunt instructive numai acele teorii analitice ale înțelesului care pornesc de la structura expresiilor lingvistice şi nu de la intențiile vorbitorului. Şi teoria (n.n. a acțiunii comunicative) va trebui să aibă în vedere problema modului în care acțiunile mai multor actori sunt legate una de alta prin mecanismul realizării înțelegerii, deci cum pot fi strâns corelate în spații sociale şi în epoci istorice*" (Ibidem, p. 275). Identificăm în cele de mai sus o expresie cheie: structura expresiilor lingvistice. Ca să ajungem la înțelegere, trebuie să comunicăm pe baza unor reguli, care să prevină distorsiunea şi să aşeze dialogul pe baze clare. Habermas nu doreşte să urmeze perspectiva psihologică atunci când discută despre regulile dialogului şi nici să apeleze la empatie. Precizează că scopul său este să „surprindă proprietățile structurale ale procesului de înțelegere" din care putem „deduce propozițiile pragmatice generale ale acțiunii comunicative". Să insistăm deci asupra acestei probleme esențiale.

21. Orientarea pe înțelegere versus orientarea pe success

În momentul în care se afirmă că acțiunile diferiților indivizi reprezintă rezultatul unei coordonări sociale, se schimbă complet perspectiva. Persoana particulară își păstrează şi își urmăreşte propriile scopuri, dar mai apare un „etaj", cel reprezentat de acțiunea de coordonare iar îndeplinirea acestor scopuri presupune, obligatoriu, interacțiunea cu partenerul social. În felul acesta, acțiunile teleologice, cele preocupate doar de scop, sunt sever limitate. Interacțiunea socială este instituită ca principală formă de colaborare şi de finalizare a acțiunilor. Acțiunea socială presupune un act de comunicare şi de înțelegere, dar cele două momente nu se confundă. Să-l ascultăm pe autor: *„pentru a evita neînțelegerea, aş dori să repet că modelul acțiunii comunicative nu pune semnul egalității între acțiune şi comunicare. Limba este un mijloc de comunicare ce serveşte înțelegerii reciproce, iar actorii, în acest proces de înțelegere, care le permite coordonarea propriilor acțiuni, urmăresc scopuri personale. Din acest punct de vedere, structura teleologică este fundamentală pentru orice concepție despre acțiune. Concepțiile despre acțiunea socială se diferențiază, totuşi, prin modul în care definesc coordonarea dintre acțiunile orientate de un scop ale diferiților participanți: ca intrepătrundere între calcule egocentrice de utilitate (potrivit acestei teorii nivelul de conflict şi de cooperare variază în funcție de pozițiile de interes); ca un acord asupra normelor şi valorilor insuflate de tradiție culturală şi socializare, acord care duce la integrare socială; ca o relație consensuală între actori şi publicurile lor; sau ca o înțelegere pe cale de a fi realizată prin intermediul unui proces cooperativ de interpretare...În cazul acțiunii comunicative, procesele cooperante de interpretare au la bază acorduri de interpretare care reprezintă mecanismul pentru coordonarea acțiunii; acțiunea comunicativă nu se reduce la actul de a ajunge la înțelegere într-o manieră interpretativă. Acțiunea comunicativă desemnează un tip de interacțiune care este coordonată prin intermediul actelor de vorbire dar nu coincide cu acestea"* (Habermas, 1997, Vol. I, p. 101).

Cum subliniază şi Habermas, acțiunea teleologică nu dispare, pentru că anumite constante din structura ei se găsesc în toate acțiunile sociale. Fiecare actor are un scop şi vrea să-l îndeplinească. Când vorbim de acținea comunicativă nu înseamnă că actorii sociali nu mai au şi nu-şi mai urmăresc scopurile. În modelul acțiunii comunicative este înglobat şi subsumat modelul teleologic. Se conservă ideea de scop, dar ea este dublată de interacțiune bazată pe acordul părților. Această schimbare de perspectivă face ca analiza limbii să devină esențială, pentru că ea este

principalul mod de comunicare. În acest context abordează autorul german probleme cum ar fi competența comunicativă, pretenții de validitate etc. Vom insista asupra lor, nu înainte de a mai lămuri câteva lucruri legate de diferențele dintre acțiunea care urmăreşte exclusiv succesul şi cea care, evident urmărind propriul scop, presupune înțelegerea şi acordul partenerilor.

Dacă examinăm îndeaproape activitatea socială, vom descoperi, spune Habermas, două tipuri principale de acțiune. Una bazată pe succes, pe succesul celui ce a inițiat-o şi cealaltă bazată pe înțelegerea actorului cu cei care urmează să coopereze în finalizarea respectivei acțiuni. În cazul primului tip de acțiune, actorul încearcă să-şi atingă scopul, iar mijloacele folosite sunt legitimate de atingerea obiectivului urmărit. El intră într-un tip de colaborare cu diferiți parteneri (pentru că acest lucru este impus de cerința finalizării). Cum condițiile sale sunt esențial egocentrice, ele dezavantajează partenerii, dar aceştia, în anumite contexte, le pot accepta pe baza unor calcule şi evaluări („nu sunt convenabile dar sunt mai convenabile decât altele"; sau „nu sunt convenabile dar pe moment nu există altă soluție"). Acțiunea orientată spre succes poate apela şi la constrângeri exterioare „prin arme sau bunuri, amenințând sau ispitind" comportamentul oponentului (Habermas, 2000, 2000, p 128). Avem de-a face cu un tip de coordonare a acțiunii subiecților, dar apare limpede că este vorba despre o coordonare sincopată, pentru că este structural inegală şi, prin urmare, pândită de riscul conflictului, al degenerării, al prăbuşirii. Putem vorbi despre un tip de cooperare, dar de una funciar instabilă şi tensionată.

Efectele unei asemenea acțiuni cuprind rezultatele pe care actorul le-a avut în vedere şi a luptat să fie îndeplinite, dar şi efecte perverse (side effects) pe care actorul nu le-a urmărit. Habermas precizează că un asemenea tip de acțiune mai poate fi numită şi instrumentală, dacă o analizăm sub aspectul regulilor tehnice ale acțiunii şi dorim să evaluăm eficiența într-un anumit context. Dacă, dimpotrivă, avem în vedere regulile alegerii raționale şi evaluăm eficacitatea cu care sunt influențate deciziile oponentului, atunci acțiunea orientată spre succes mai poate fi numită şi strategică (Habermas, Vol. I, 1997, p. 285).

Acțiunea comunicativă implică o colaborare dar de o cu totul altă factură, implică discuții între parteneri egali şi mai presus de toate un acord neconstrâns, asumat. „*Voi vorbi de acțiune comunicativă ori de câte ori acțiunile agenților implicați sunt coordonate nu prin intermediul calculării egocentrice a succesului, ci prin acte care urmăresc înțelegerea. În acțiunea comunicativă participanții nu sunt în primul rând ghidaţi de succesul lor individual; ei urmăresc scopurile lor individuale cu condiția armonizării planurilor lor de acțiune pe baza unei definiri comune a situației. În această privință, negocierea între definirile date*

situaţiilor este un element esenţial al interpretării comune cerute de acţiunea comunicativă" (Habermas, 1997, Vol. I, pp 285-286).

22. Travaliul interpretării corecte a unei situaţii

Toate modele despre care am vorbit folosesc limba pentru a putea finaliza acţiunile pe care le ghidează. În modelul teleologic, limba este unul din mijloacele prin care actorii pot influenţa pe cei de care depinde succesul acţiunii; în cel normativ, limba este cea care asigură transmiterea valorilor culturale şi prilejuieşte consensul; în cel dramaturgic, limba este mijlocul autoprezentării celui care trebuie să convingă publicul, audienţa. Totuşi, după opinia lui Habermas, numai modelul acţiunii comunicative face apel la toate valenţele limbii ca mijloc de comunicare. Pentru că realizarea înţelegerii presupune negocierea definiţiilor diferite care se dau de către parteneri unei situaţii. Ceea ce presupune evaluări, corectări ale evaluărilor, reveniri, renunţări parţiale, pentru a se ajunge la un tip de consens. Foarte important este să subliniem că acest consens este mutual şi este liber consimţit. Deci numai dialogul şi argumentul pot convinge. „*O definire de situaţie de către partea cealaltă care la prima vedere se deosebeşte de cea proprie prezintă o problemă de un gen deosebit; pentru că în procesele cooperante de definire nici un participant nu are monopolul interpretării corecte. Pentru ambele părţi sarcina interpretării constă în încorporarea în propria interpretare a definirii situaţiei făcută de către celălalt, în aşa fel încât definirile divergente ale situaţiei să ajungă să coincidă suficient de mult*" (Idem, p. 100).

Cu aceasta ajungem la o altă distincţie importantă pe care o face autorul german, cea dintre competenţa lingvistică – termen lansat, după cum am menţionat de către Chomsky şi care viza capacitatea de a folosi corect regulile gramaticale, de a exprima corect gândurile prin intermediul limbii şi competenţă comunicativă – capacitatea de a transmite un gând într-o formă adecvată, de a ajunge la o înţelegere cu cineva, de a stimula şi de a promova dialogul. În acest din urmă caz, limba este folosită într-un scop pragmatic, de a prilejui înţelegerea. În acelaşi timp, ea mijloceşte o relaţie mult mai complexă cu lumea exterioară decât în celelalte modele. Fiecare din modelele prezentate mai sus au o legătură de netăgăduit cu realitatea înconjurătoare: cel teleologic, cu lumea obiectivă asupra căreia se proiectează scopul acestei acţiuni; cea normativă cu lumea socială şi valorile acestei lumi; cea dramaturgică, cu

lumea subiectivă, actorul trebuind să convingă că ceea ce spune este în concordanță cu ceea ce crede.

Ceea ce realizează acțiunea comunicativă este o integrare a tuturor acestor criterii într-un sistem, într-o structură de interpretare, prin intermediul căreia să poată ajunge la o înțelegere cu partenerii sociali. Cu alte cuvinte, în cadrul acțiunii comunicative nu este suficient să spui ceva, să susții un lucru, ci el trebuie şi dovedit, pentru ca partenerul să fie convins că lucrurile stau aşa şi să aibă loc acordul între părți. Întrucât este vorba despre o înțelegere rațională, şi criteriile pe baza cărora trebuie să judece partenerii, trebuie să fie clar definite. Este ceea ce Habermas numeşte pretenții de validitate (validity claims). Ele pretind:

- că declarația făcută este adevărată (sau că presupozițiile existențiale ale conținutului propozițional menționat sunt, în fapt, satisfăcute);
- că actul de vorbire este corect raportat la un context normativ existent (sau că respectivul context normativ pe care trebuie să-l respecte este el însuşi legitim);
- că intenția declarată de vorbitor este sinceră, urmăreşte ceea ce afirmă.

În legătură cu pretențiile de validitate am dori să facem trei precizări. Prima se referă la faptul că aceste pretenții, deşi au în vedere discuții obişnuite, de zi cu zi, vizează definirea comună a unei situații. Acțiunea are loc întotdeauna într-un context. Principalul obstacol în calea unei interacțiuni este diferența dintre modul în care actorii descifrează şi definesc o situația dată. Dacă aceste diferențe se micşorează şi ajung să se apropie foarte mult, atunci principala condiție a unei colaborări este satisfăcută. Actorii pot coopera în acțiunea pe care vor să o inițieze. Habermas îşi dă seama că acest punct este central şi, de aceea, fixează criterii care corespund unor lumi diferite, unor referențiale diferite. Cel al adevărului, deci al corespondenței cu o realitate dată, cel al normativității, deci al consonanței cu valori împărtăşite şi legitime, precum şi cel al sincerității, al concordanței dintre ceea ce se spune şi ceea ce se crede sau se intenționează. Îşi dă seama că diferențele de abordare, de definire a unei situații pot fi nu numai mari, dar situate în planuri diferite. De aceea, şi criteriile precizate sunt complexe. Îşi dă seama că, practic, este imposibil să se ajungă la o coincidență a intepretării şi, atunci, pledează pentru o apropiere cât mai mare a acestor interpretări.

A doua precizare are în vedere faptul că dezbaterea porneşte de la structura rațională a actorilor sociali şi angajează potențialul lor rațional. Realizarea înțelegerii funcționează ca un mecanism de coordonare a acțiunilor şi el nu are valabilitate decât pentru participanții care sunt dispuşi să coopereze şi recunosc aceste pretenții. În alți termeni, pretențiile de validitate funcționează şi pentru o parte şi pentru alta, şi ele

trebuie să se bucure de o recunoaştere intersubiectivă. Există criteriile menționate, dar autorul simte nevoia să mai adauge ceva, anume disponibilitatea de a dialoga, de a recunoaşte că propria interpretare nu este infailibilă, de a fi convins că soluția finală nu poate să rezulte decât în urma unor negocieri, de fapt a reconstrucției unei interpretări noi care să încorporeze elemente din ambele interpretări inițiale ale situației.

În sfârşit, sistemul integrat de criterii presupune ca toate să fie respectate. Dacă unul nu este satisfăcut, cooperarea este compromisă. Sistemul în ansamblu nu funcționează, pentru că nu mai este asumat de una din părți. Putem presupune că atât primul criteriu – cel al concordanței cu realitatea propriu zisă – cât şi al doilea, cel al respectării unor norme legitime sunt respectate. Dar dacă interlocutorul consideră că vorbitorul nu este sincer în ceea ce spune (criteriul al treilea), atunci evident înțelegerea nu mai poate avea loc. Propoziția pe care o afirmă poate fi adevărată (deci reflectă o stare de lucruri reală), dar sinceritatea trimite la ideea de intenție şi intenționalitate. În spatele unei afirmații adevărate se poate ascunde o intenție care nu este neapărat mărturisită; cel care face afirmația poate fi sincer față de partener sau nu.

Există mai multe posibilități de a soluționa pretențiile aflate în dispută. Se poate recurge la argumentul autorității, la cel al unor norme („aşa am procedat până acum", „aşa s-a pomenit"), sau al unor motive contextuale („împrejurările ne dictează" etc). Există, după opinia lui Habermas, o altă cale de a exprima temeiuri pro sau contra, anume de a lăsa argumentul să decidă. În fiecare din dimensiunile menționate, este posibil să se ajungă la un acord cu privire la pretențiile disputate prin intermediul argumentului şi analizei, dar fără recurs la forță, alta decât forța argumentului „*Tipul de raționalitate caracteristic practicii comunicative a vieții cotidiene transformă practica argumentării într-o adevărată curte de apel care face posibilă ca în situația în care dezacordul nu mai poate fi evitat prin practici obişnuite, acțiunea comunicativă să continue dar fără să se recurgă la utilizarea directă sau strategică a forței*" (Habermas, 1997, Vol. I, pp 17-18).

Abordare rațională nu înseamnă doar recurgerea la argument şi la practica argumentării. Înseamnă şi disponibilitatea de a privi actorii sociali inclusiv ca întruchipări ale unor contexte sociale şi culturale diferite, ca persoane în evoluția cărora mediul cultural a lăsat o puternică amprentă. Ceea ce reprezintă un gen de invitație ca şi pretențiile de validitate să fie privite într-un context mai larg. Că în joc nu este doar adevărul, ci şi contextul în care are loc discuția, tradiția culturală care exercită o „presiune" asupra poziției interlocutorilor, indiferent dacă aceştia îşi dau sau nu seama. Nu este nici o îndoială că Habermas rămâne în întreaga sa analiză pe o poziție pregnant raționalistă, dar sunt momente când simte nevoia să releve cu mai mare pregnanță importanța

contextului cultural, rezistent la diferite încercări de cuantificare, să releve că accentuarea tradiției culturale nu înseamnă o depărtare de pretențiile de validitate, ci o înțelegere mai largă şi mai realistă a acestora. „Pe parcursul procesului de realizare a *înţelegerii reciproce privind situaţia lor, participanţii la comunicare întruchipează o tradiţie culturală pe care o folosesc şi o înnoiesc în acelaşi timp; în coordonarea acţiunilor prin intermediul acceptării reciproce a pretenţiilor de validitate care sunt criticabile, ei se bizuie pe apartenenţa la grupuri sociale şi, în acelaşi timp, întăresc coeziunea acestora; prin interacţiune cu persoane din sistemul lor de referinţă, copiii internalizează sistemul de valori al grupurilor de apartenenţă şi dobândesc capacităţi generalizate de acţiune... Din punct de vedere al aspectului funcţional al realizării înţelegerii, acţiunea comunicativă contribuie la transmiterea şi reînnoirea bagajului cultural; din punct de vedere al coordonării acţiunii, contribuie la integrărrea socială şila crearea solidarităţii de grup; din punct de vedere al socializării, contribuie la formarea identităţilor personale*" (Habermas, 1997, Vol. II, p. 208).

23. Către o pragmatică universală

Schimbarea de perspectivă pe care o operează Habermas face ca analiza limbii, ca principal mijloc de comunicare, să devină esențială. Până acum am discutat despre fundamentarea acțiunii comunicative din perpectiva teoriei acțiunii în general. În miezul teoriei comunicative se situează pretențiile de validitate, care au conotații semantice şi intersectări masive cu teoria limbajului. În aceste domenii, cercetarea de profil făcuse paşi importanți, iar un autor de prestigiul lui Habermas nu putea să nu procedeze şi la o fundamentare a deosebirii dintre acțiunea orientată spre succes de cea orientată spre înțelegere pornind, de această dată, de la analiza actelor de vorbire.

Cum am precizat anterior, poziția sa față de teoria analitică este destul de severă. Pentru Habermas ideea de intenție a vorbitorului apare ca un câmp de cercetare puțin compatibil cu propria teorie; de aceea, el menționează expres că „*pentru o teorie a acţiunii comunicative sunt instructive doar acele teorii ale înţelesului care pornesc de la structura expresiilor lingvistice şi mai puţin de la intenţiile vorbitorului*" (1987, Vol. I, p. 275). Habermas este raționalist şi propune o utilizare a limbajului din perspectiva interacțiunii sociale; obiectivul lui teoretic este „*să identifice fundamentele raţionale ale proceselor de realizare a înţelegerii*" (328) sau, în alți termeni, „*baza raţională a comunicării lingvistice*" (331). Teoriile legate de intenționalitate – deşi în planul

înțelegerii actelor de vorbire au marcat dezvoltări considerabile şi au deschis noi modalități de înțelegere şi interpretare a interacțiunii umane – i se par autorului german că se depărtează de orientarea raționalistă şi se axează pe acea utilizare a limbajului care nu prilejuieşte înțelegerea rațională. Limbajul poate fi folosit şi pentru a induce acțiuni de ordin strategic, pentru a manipula sau a forța acceptarea. După părerea lui Habermas, în mod natural limbajul favorizează abordarea rațională, care pregăşte calea pentru înțelegerea de tip comunicativ. De aceea, este foarte important să dezvoltăm teoria limbajului cu deosebire din această perpectivă. Utilizarea limbajului pentru a manipula, a forța aceptarea este o utilizare "parazită" care ne îndepărtează de adevărata menire a limbajului.

Demersul lui Habermas urmăreşte două obiective. În primul rând să întemeieze o pragmatică universală, ceea ce presupune extinderea acțiunii de formalizare a funcției cognitive a limbajului la celelalte două funcții (expresivă şi apelativă). Al doilea obiectiv este ca în interiorul acestei pragmatici universale să folosească tipologiile consacrate ale lui Austin, Searle şi Grice pentru delimitarea mai clară a diferențelor dintre acțiunea orientată spre succes (acțiunea strategică) de cea orientată spre înțelegere (acțiunea comunicativă).

Spre a ne reprezenta mai bine primul său obiectiv este nevoie să facem o trecere în revistă a evoluțiilor din domeniul semanticii în „lectura" autorului german. Pentru Habermas, autorul care a lansat un nou „organon" în domeniul analizei de limbaj este Karl Buhler, pentru că el porneşte de la modelul semiotic al unui semn lingvistic folosit de un vorbitor cu scopul de a ajunge la o înțelegere cu ascultătorul asupra unui lucru, a unei situații sau acțiuni. În opinia lui Buhler există trei funcții ale folosirii semnelor:

- funcția cognitivă (de a reprezenta o stare de lucruri);
- funcția expresivă (de a face cunoscută experiența celui ce vorbeşte);
- funcția apelativă (de a direcționa cereri şi solicitări către receptor).

Semnul lingvistic, remarcă Buhler, funcționează, simultan, ca simbol, ca simptom, ca semnal. „*Este un simbol în virtutea faptului că este corelat cu obiecte, cu stări de lucruri, un simptom, în virtutea dependenței de expeditorul a cărui subiectivitate o exprimă şi un semnal în virtutea apelului către un ascultător, al cărui comportament intern sau extern este ghidat de repectivul semn aşa cum este ghidat comportamentul în trafic de către semnele de circulație*" (Buhler, apud Habermas, op. cit. p. 275). Apare limpede că o asemenea interpretare presupune interacțiunea între cel puțin doi actori şi fixează limbajul ca mediator al înțelegerii.

De-a lungul timpului, începând cu Peirce şi trecând prin Morris şi Carnap s-au făcut mari paşi înainte în analiza formală a funcției cognitive a limbajului. De pildă, Carnap înscrie contribuții semnificative în analiza formală a funcției cognitive considerând, totodată, funcțiile expresive şi apelative sunt aspecte care trebuie lăsate în seama cercetării empirice. Dacă în semantica fondată de Frege şi dezvoltată de Wittgenstein (în perioada de tinerețe), apoi de Davidson şi Dummet, rolul central era ocupat de corespondența dintre propoziție şi starea de lucruri la care trimitea, mai târziu, semantica „s-a dezangajat" de funcția ei cognitivă şi s-a concentrat pe relația dintre limbaj şi validitatea propozițiilor. Astfel, ia naştere semantica adevărului care dezvoltă ideea că înțelesul unei propoziții este determinat de „condițiile sale de adevăr". Deci nu se mai discută în termeni de corespondență cu o realitate, ci în cei presupuşi de validitatea propozițiilor şi a condițiilor de adevăr. A apărut şi s-a dezvoltat o semantică formală a propozițiilor care, prin creația lui Wittgenstein din epoca maturității, apoi prin cea a lui Austin şi Searle, a fost extinsă la actele de vorbire. A luat naştere semantica condițiilor valorilor de adevăr (truth-conditional semantics), care formalizează analiza propozițiilor din perspectiva valorilor de adevărat sau fals.

Până atunci, semantica condițiilor de adevăr se focalizase doar pe funcția cognitivă a limbajului. Ceea ce încearcă Habermas este să extindă acest tip de analiză şi la celelalte două funcții, cea expresivă şi apelativă. Cu alte cuvinte, să supună şi aceste două funcții analizei formale, rezultatul fiind întemeierea unei pragmatici universale. Pragmatica universală semnifică, în fapt, două mari treceri: una de la perspectiva semantică (înțelesul), la cea pragmatică (utilizarea unei forme de limbaj); a doua, de la o analiză aplicată doar primei funcții a limbajului (cea cognitivă) la celelalte două funcții, cea expresivă şi apelativă (ea având în vedere condițiile de validitate ale unei porunci, mărturisiri, interdicții etc, de unde denumirea de universală). Sarcina pragmaticii universale, precizează Habermas, este să identifice şi să reconstituie condițiile universale care fac posibilă înțelegerea.

Odată lansat conceptul de pragmatică universală, Habermas procedează la elaborarea tipurilor ideale ale acțiunilor mediate lingvistic. În acest demers, el porneşte de la distincția lui Austin între cele trei tipuri de acte de vorbire. "*Voi încerca să folosesc distincția lui Austin dintre acte ilocuționare şi perlocuționare şi să o valorific pentru a delimita acțiunea orientată spre înțelegere de acțiunea orientată spre succes*"(Habermas, 1987, Vol. I. p. 279). Austin distinge între acte locuționare, ilocuționare şi perlocuționare. Actul locuționar este actul de a spune ceva. Deci actul locuționar este simpla transmitere a unui conținut lexical şi gramatical, simpla enunțare. Prin acest tip de construcție lingvistică, vorbitorul spune ceva despre o stare de lucruri (Afară este cald; tânărul a

plecat de acasă). Actul ilocuționar este definit prin faptul că exprimă o anumită intenție comunicativă. Vorbitorul poate spune un lucru în modalități diferite: sub formă de rugăminte, de confesiune sau chiar sub formă imperativă (te rog să-mi aduci un pahar cu apă, trebuie să-mi aduci un pahar cu apă etc). Actul perlocuționar este definit prin efectele pe care le are asupra interlocutorilor: a-i convinge, a-i flata, a-i liniști. Habermas sistematizează construcția lui Austin într-o frază: a spune ceva, a acționa spunând ceva şi a prilejui ceva prin însuşi faptul că spui ceva" (Habermas, Vol. I. p. 289 (**to say something, to act in saying somenthing, to bring about something through acting in saying somenthing**).

Care sunt observațiile făcute de către Habermas pe marginea interpretării lui Austin? Prima este aceea că interpretarea limbajului propusă de Austin reproduce pattern-ul acțiunii de tip teleologic. Acolo aveam de-a face cu intenția care era ataşată doar de agent, aici avem de-a face cu meaning-ul care este stabilit de către vorbitor. Nici într-un caz, nici în altul ele nu sunt puse în discuție şi nu favorizează un dialog care să se refere la natura intenției sau a înțelesului. De aceea, consideră Habermas, actul de vorbire alcătuit dintr-o componentă locuționară şi ilocuționară apare ca un act suficient sieşi. Ceea ce apărea limpede în structura acțiunii teleologice era intenția celui ce o iniția. O asemenea acțiune putea recurge la dialog cu cei care urmau să participe la finalizarea acțiunii, dar dialogul viza optimizarea acelei intenții. Nici intenția, nici finalizarea ei nu erau puse la îndoială. În actul ilocuționar avem un înțeles care, de asemenea, nu este discutat, ci doar transmis. Partenerul este chemat să-l înțeleagă, să-l accepte, dar în nici un caz să-l pună sub semnul întrebării. Aici vede Habermas întâlnirea dintre natura acțiunii teleologice şi substanța actului ilocuționar: "*La fel cum înțelesul a ceea ce se spune este constitutiv actelor ilocuționare, tot aşa intențiile agentului sunt constitutive acțiunilor teleologice*" (Idem).

A doua observație este că ceea ce numeşte Austin act ilocuționar poate fi încadrat atât la acțiunea comunicativă cât şi la acțiunea strategică. De pildă, o mărturisire poate fi considerată o acțiune comunicativă dacă respectă cele trei criterii de validitate menționate mai sus (de adevăr, de legitimitate şi de sinceritate). În cazul în care un singur criteriu de validitate nu este respectat, confesiunea rămâne în continuare un act ilocuționar, dar aparține tipului de acțiune strategică. De aceea, Habermas consideră că analiza propusă de Austin seamănă mai degrabă cu o incizie conceptuală, de unde un caracter oarecum artificial.

Habermas porneşte de la tipologia lui Austin, însă perpectiva de construcție este cu torul diferită. Pe autorul german îl interesează baza rațională a comunicării mediate lingvistic şi modul în care actele de limbaj servesc înțelegerii şi, implicit, interacțiunii. Prin acțiunea

comunicativă, Habermas înțelege *"toate interacțiunile în care cei implicați își coordonează planurile individuale exclusiv pe baza acordului realizat pe bază de dialog*" (Idem, p. 305). De aceea, el reține numai ceea ce poate fi discutat într-o manieră rațională şi propune un set de criterii care să prilejuiască o asemenea abordare şi să favorizeze înțelegerea. Aici identificăm şi diferența pe care o introduce Habermas comparativ cu abordările anterioare. Dacă până la el un act de limbaj era analizat numai din perpectivă semantică (a valorii de adevăr sau fals), el adaugă acestui criteriu foarte important alte două: cel de normativitate (legitimitate) şi cel de sinceritate. Aceste criterii sunt numite de către Habermas pretenții de validitate. De menționat că aceste pretenții formează un tot unitar; în condițiile în care una nu este satisfăcută, înțelegerea eşuează. De asemenea, ele au o valoare universală, cu alte cuvinte "acoperă" diversitatea interacțiunilor umane.

Scopul unificator al pretențiilor de validitate este acela de a permanentiza interacțiunea, de a preveni situațiile care ar putea bloca sau afecta într-un fel cooperarea. Este important să amintim că toate cerințele implicate de acțiunea comunicativă se cer private şi din perpectiva unui context. Unui coleg care a slăbit mult, este palid şi are o înfățişare bolnăvicioasă nu îi poți spune direct : "ce rău arăți", deşi afirmația ar fi adevărată. Luarea în considerare a contextului şi a sensibilităților personale reprezintă de multe ori factori favorizanți ai acțiunii comunicative. Concomitent, Habermas scoate în evidență şi importanța a ceea ce numeşte "background knowledge" semnificând pregătirea culturală, sfera de preocupări etc. Sunt aspecte care sunt luate ca atare, nefiind nevoie să fie nici verbalizate, nici formalizate. De asemenea, background-ul cultural face legătura cu sfera socială.

Atunci când un vorbitor face o afirmație, narează, explică etc, el caută înțelegerea cu ascultătorul mai ales pe baza recunoaşterii pretenției de adevăr. Atunci când vorbitorul împărtăşeşte o experiență personală, face o confesiune, dezvăluie un secret, înțelegerea face apel mai ales la pretenția de adevăr sau cea de sinceritate, iar atunci când vorbitorul dă un ordin, face o promisiune, numeşte pe cineva într-o poziție, inaugurează lucrările unei conferințe, înțelegerea depinde de acceptarea, de către toți participanții, a legitimității unei astfel de acțiuni, de recunoaşterea faptului că numai acea persoană poate oficializa o căsătorie, deschide o adunare sau inaugura o clădire (308-309). În cazul în care ascultătorul spune "nu", el respinge cel puțin una dintre pretențiile de validitate. În mod real, actele de vorbire sunt judecate cu predilecție prin prisma unui criteriu (adevăr) sau a unuia combinat (adevăr şi sinceritate). În cele din urmă, fiecare act de vorbire se cere analizat prin prisma tuturor criteriilor de validitate, fiecare având o pondere diferită. O mărturisire poate fi privită din perspectiva adevărului, a sincerității şi din cea a legitimității (o

mărturisire făcută unei personae străine poate fi percepută ca "ciudată", chiar dacă este sinceră sau adevărată; concomitent, o confesiune făcută într-un moment nepotrivit sau unei personae nepotrivite nu se mai încadrează acțiunii communicative, pentru că nu favorizează înțelegerea, poate nici chiar acceptarea, şi mai ales nu consolidează interacțiunea).

24. Mead, predecesor al teoriei acțiunii comunicative

Volumul de față este consacrat nu numai prezentării diferitelor creații care au marcat evoluția studiului comunicării. El urmăreşte, în acelaşi timp, să surprindă şi filiațiile diverselor idei, înrâuririle directe sau peste timp, precum şi contribuțiile formulate în epoci diferite, dar care au pregătit închegarea altor ipoteze explicative, furnizându-le argumente, ipoteze explicative, poate chiar punctul de plecare paradigmatic. Deoarece în studiul nostru istoric nu am întâlnit multe asemenea situații, este cazul să menționăm rolul foarte important pe care George Herbert Mead l-a avut în fundamentarea modelului acțiunii comunicative formulat de Habermas. Lucru recunoscut şi subliniat chiar de Habermas, care consacră operei lui Mead primul capitol din cel de-al doilea volum al lucrării „Teoria acțiunii comunicative".

Am vorbit despre creația lui Mead în cadrul capitolului dedicat Şcolii de la Chicago. De aceea, nu vom reveni asupra gânditorului pragmatic american decât pentru a sublinia unele corelații cu ceea ce am prezentat în acest capitol şi pentru a fixa mai bine contribuția sa la pregătirea acestui concept cuprinzător şi generos: acțiunea comunicativă. Alături de Emile Durkheim, Mead are o contribuție esențială la schimbarea de paradigmă de la acțiunea instrumentală (purposive action), intrinsecă modelului teleologic, la cea comunicativă. De altfel, Habermas îi consideră pe cei doi mari gânditori „părinți întemeietori ai sociologiei moderne" (1997, vol. II, p. 1).

George Herbert Mead dezvoltă un sistem de gândire axat pe acțiune şi pe condițiile realizării sale. Nu pe acțiunea individuală, ci pe cea care presupune cel puțin participarea a doi actori. De aceea, conceptul central al operei sale este interacțiunea. De altfel, opera lui Mead şi a lui Cooley sunt cunoscute în domeniul comunicării şi sociologiei sub denumirea de „interacționism simbolic". Interacțiunea funcționează, în interpretarea lui Mead, la două niveluri:

- interacțiunea „mediată de gesturi şi controlată de instincte";
- interacțiunea mediată simbolic (prin intermediul limbajelor şi al semnelor).

După cum vom vedea mai târziu, acţiunea mediată simbolic are un foarte mare rol în comunicare şi în înţelegerea actorilor angajaţi într-o acţiune. Atât de mare, încât Habermas o consideră „pragul care a marcat geneza şi evoluţia omului". Pentru apariţia ideii de acţiune comunicativă se mai cerea făcut un pas, cel reprezentat de trecerea de la acţiunea mediată simbolic la cea ghidată normativ. Acest pas „pe linia filogenetică a dezvoltării" a fost realizat de către Durkheim prin ideea solidarităţii organice.

După opinia lui Habermas, Mead nu ia act de „cotitura lingvistică" realizată în filozofie şi iniţiată de către filozoful pragmatic american Charles Sanders Peirce[•]. Cu toate acestea, în mod obiectiv, construcţia sa se situează într-o filiaţie directă cu cea a lui Peirce. Pentru că Mead analizează problemele de conştiinţă (conciousness) din punct de vedere al modului în care se formează, în cadrul interacţiunii prin intermediul limbii şi al simbolurilor. Prin urmare, cum remarcă şi Habermas, în această intepretare, „limbajul capătă o semnificaţie constitutivă pentru forma socioculturală a vieţii". Menţionăm că nu este vorba despre viaţa şi existenţa individuală, ci chiar de cea a societăţii. „*Pentru fiinţa umană, diferenţierea funcţională prin intermediul limbajului conduce la un principiu de organizare total diferit, care produce nu numai un tip diferit de individ, ci şi o societate diferită*" (Mind, Self, and Society, p. 244).

Autorul american îşi plasează propria teorie în cadrul „behaviorismul social". În acest deteminativ „social" se concentrează contribuţia sa şi se află diferenţele faţă de behaviorismul clasic. Perspectiva socială scoate comportamentul din interpretările strict individuale şi îl plasează în rândul fenomenelor sociologice. De aceea, prima mare diferenţă priveşte chiar punctul de pornire a celor două teorii. În timp ce behaviorismul avea în vedere individul şi reacţiile sale, ceea ce-l plasa pe poziţiile unui individualism metodologic, Mead porneşte de la interacţiunea a cel puţin două organisme care reacţionează unul faţă de altul şi se comportă în relaţie unul cu altul. Aici primează interacţiunea, dimensiunea socială a acţiunii, chiar dacă ea nu apare întotdeauna aşa de evidentă. „*În psihologia socială noi nu adunăm comportamentele indivizilor luaţi separat pentru a ajunge la comportamentul grupului social; mai degrabă, pornim de la existenţa unui ansamblu de activităţi complexe în interiorul căruia analizăm (ca elemente componente) comportamentul fiecărui individ care alcătuiesc grupul*" (p. 7).

În acelaşi timp, Mead nu consimte să reducă noţiunea de „comportament" la reacţii comportamentale observabile; pentru că el are

[•] Habermas consideră că filozofia analitică a limbajului se originează în lucrările lui Peirce, din care s-au dezvoltat două direcţii: cea mergând de la Carnap şi Reichenbach prin Popper la filozofia postempiristă a ştiinţei şi cealaltă reprezentată de Wittgenstein din tinereţe, apoi de Wittgenstein din epoca matură, de Austin şi care a condus, mai târziu, la teoria actelor de vorbire (1997, vol II. p. 3).

în vedere şi comportamentul orientat simbolic, precum şi interacţiunile mediate lingvistic. Deci o viziune mult mai cuprinzătoare despre comportament, care îl conduce la teoria înţelesului pe care o dezvoltă amplu. Actul social are o structură mai complexă; el începe cu un impuls, continuă cu perceperea şi atribuirea înţelesului, proiectarea acţiunii, imaginarea consecinţelor posibile etc. De-a lungul acestor paşi există şi o interacţiune cu alţi parteneri, dar există şi un dialog interior al persoanei, foarte important şi el. Prin urmare, nu putem reduce comportamentul doar la dimensiunea sa externă, măsurabilă.

Este indiscutabil un merit de primă importanţă al lui Mead că plasează interacţiunea în centrul teoriei sale. Ceea ce îl preocupă pe autorul american nu este orice fel de interacţiune, nu „dialogul gesturilor", ci interacţiunea mediată simbolic. Interacţiunea care presupune utilizarea unor simboluri cu acelaşi înţeles. Pentru că înţelesurile identice prilejuiesc o comunicare reală, asigură premizele pentru acţiuni comune, deliberat convenite. Utilizarea simbolurilor cu acelaşi înţeles marchează un pas enorm în evoluţia comunicării, în posibilitatea găsirii unor forme noi de înţelegere. Când vorbim de interacţiune mediată simbolic, problemele de limbaj, de înţeles, sunt obligatorii de tratat, pentru că fără ele nu vom putea înţelege acţiunea. De aceea, în creaţia autorului american vom descoperi atât o teorie a comportamentului, cât şi una a limbajului. Ambele vin dintr-o rădăcină comună – opera lui Peirce – dar au evoluat separat. Chiar şi numai faptul că Mead realizează un gen de sinteză a acestor domenii ne vorbeşte de forţa construcţiei sale teoretice şi ne atrage atenţia că scrierile sale trebuie parcurse cu mai multă deschidere.

Dacă vom privi mai atent la opera lui Mead vom observa că ea întemeiază o teorie a acţiunii bazată pe comunicare, plasată „în inima fenomenelor sociologice". El poate fi numit pe drept cuvânt un predecesor al teoriei acţiunii comunicative, pentru că instituie interacţiunea ca principală formă de formare a conduitei umane; pentru că asociază interacţiunea cu folosirea simbolului şi cu comunicarea de tip simbolic; pentru că, implicit, vorbeşte despre interpretare şi înţelegere. Totul în creaţia sa este dialog şi interpretare: sinele se construieşte în dialog, înţelesul ia naştere prin interpretare şi negociere, comportamentul se construieşte prin dialog şi interpretare, altul generalizat nefiind altceva decât suma aşteptărilor celorlalţi de la persoana care se străduieşte să corespundă acestor aşteptări. Oamenii acţionează asupra lucrurilor pe baza înţelesurilor pe care acestea le au pentru ei. Înţelesul este derivat, se naşte în urma interacţiunilor pe care o persoană le are cu celelalte. Să înlocuim „înţelesul" cu ceea ce Habermas denumeşte „definirea situaţiei" şi vom vedea cât de departe a mers Mead în a înţelege şi defini structurile generale ale interacţiunilor mediate simbolic.

Într-adevăr, cum remarcă şi Habermas, Mead lansează o teorie a comunicării centrată pe acțiunea comunicativă. Este atât de preocupat de acțiune, încât chiar dacă sesizează importanța limbajului, nu valorifică integral potențialul acestuia în fundamentarea acțiunii de tip comunicativ. Limitează funcția limbajului doar la integrarea socială a actorilor direcționați de scopuri şi la socializarea subiecților capabili de acțiune. Vorbeşte de interacțiune, dar nu şi de condițiile înțelegerii reciproce şi de structurile interne ale limbajului. Etaj de analiză pe care îl vor dezvolta teoriile semantice de mai târziu şi, aşa cum am arătat Habermas însuşi. Ceea ce nu înseamnă că meritele autorului american în prefigurarea unei teorii a acțiunii comunicative nu au o semnificație istorică; cum avea să precizeze chiar Habermas, el „*limpezeşte calea pentru un concept al comunicării raționale*" (1997, vol.II, p. 22).

25. Un concept al comunicării - în centrul unui sistem interpretativ

După părerea lui Thomas McCarty, traducătorul în limba engleză a lucrării „Teoria acțiunii comunicative", mesajul de fond al operei lui Habermas este acela că punctul mort în care ajunsese teoria critică poate fi depăşit. Pentru Habermas sincopele modernității nu sunt asociate cu procesul raționalizării ca atare, ci cu eşecul acțiunii de a dezvolta instituții şi criterii de decizie aşezate pe criterii raționale complexe. A avut loc, consideră autorul, o dinamică accelerată a subsistemelor sociale care au îmbrățişat şi au fetişizat un model al acțiunii instrumentale. Astfel, interacțiunea structurată comunicativ a fost marginalizată.

Soluția ar fi o amplă reconstrucție socială în spiritul cerințelor acțiunii de tip comunicativ. Cu cât sferele de acțiune socială sunt penetrate de imperativele sistemice (imperativele sistemice sunt cele de factură instrumentală, cele care preconizează calculul şi eficiența drept criterii centrale), cu atât este mai mare pericolul colapsului. Cu alte cuvinte, ceea ce preconizează autorul este o decolonizare a universului existenței de instituțiile şi criteriile de tip instrumental şi extinderea cât mai mult cu putință a sferelor în care acțiunea şi decizia sunt întemeiate pe baza acordului realizat pe cale comunicativă. Un loc central în acest demers trebuie acordat instituțiilor care securizează şi asigură funcționarea sferei publice, unde problemele de interes general să fie supuse discuțiilor publice şi decise pe bază de acord. Chiar dacă schimbă aria problematică şi stilul analizei, în cele din urmă Habermas rămâne şi el tot pe tărâmul aceluiaşi paradox: s-a ajuns aici pentru că au fost neglijate sau încălcate regulile abordării raționale, iar soluția este apelul la mai multă rațiune.

George Trey sesizează cu finețe că teoria acțiunii comunicative reprezintă alternativa lui Habermas la politicile iluminismului (1998, Introduction, p. 9) şi vorbeşte despre „aspirațiile normative ale acestei teorii", „în cele mai abstracte forme". Într-adevăr, Habermas nu este departe de această ambiție. Apare limpede că acțiunea comunicativă nu este o problemă strict de comunicare. De fapt, procesul său de elaborare cuprinde două componente. Pe de o parte, o reelaborare a teoriei sociale şi în special a procesului de raționalizare, pornind de la acțiunea comunicativă; pe de altă parte, o reelaborare în ceea ce priveşte înțelegerea comunicării însăşi. Din acest punct de vedere, Habermas realizează o joncțiune semnificativă între structurile interne ale interacțiunii (teoretizate şi de către Mead) şi cele ale limbajului.

Pentru volumul de față, mai important de relevat sunt următoarele:

- că acțiunea comunicativă - noțiune specifică sferei comunicării – este corelată cu cerințele acțiunii moderne şi situată la baza unui proces de reconstrucție a vieții sociale moderne pe baze raționale şi cumpătate;
- că în procesul raționalizării sociale se descoperă valențele comunicării, că o sferă publică funcțională solicită instituirea dialogului între parteneri egali, raționali şi dispuşi să ajungă la un acord;
- că ideea acțiunii comunicative şi a importanței ei sociale apare formulată într-o operă de indiscutabil relief contemporan. Axel Honneth şi Hans Joas aveau dreptate să releve că scrierile lui Habermas şi cu deosebire lucrările pe care le-am avut în vedere – Sfera publică şi Teoria acțiunii comunicative – au devenit un punct focal al dezbaterii internaționale din domeniul ştiințelor sociale, că opera autorului german este înconjurată de prestigiu, că puțini autori contemporani se pot încumeta să îmbrățişeze o paletă tematică aşa de largă precum Habermas.

Faptul că un concept din domeniul comunicării este preluat şi situat în centrul unui sistem interpretativ al lumii relansează implicit dezbaterile în jurul valențelor sociale ale domeniului de care ne ocupăm. Am putea chiar spune că ceea ce face Marshall McLuhan pentru sfera comunicării în plan social (avem în vedere contribuția operei sale la răspândirea termenului şi a înțelegerii sale), face Habermas în câmp teoretic propriu zis. Autorul german nu numai că păşeşte pe tărâmul comunicării, dar face din acest domeniu o bază de reconstrucție a ştiințelor socio - umane. Lucien Sfez remarca îndreptățit că veritabila contribuția a lui Habermas este definirea într-o accepțiune largă a comunicării: "*comunicarea este în social, în limba care este socială, în implicit, în prejudecată. Comunicarea nu este mecanică, ci comprehensivă*" (Lucien Sfez, 2002, p. 20). O asemenea viziune cuprinzătoare are şi un preț. Autorul german

nu mai coboară la nivelul unei analize aplicate a mijloacelor de comunicare. Din acest punct de vedere, el face chiar un pas înapoi față de ceea ce oferise Horkheimer şi Adorno în Dialectic of Enlightenment. Şi lucrarea din 1944 şi cea din 1981 sunt teoretice, dar trebuie menționat că prima conține şi o analiză mult mai aplicată a mijloacelor de comunicare în masă ale timpului: filmul şi radioul. Bernard Miege releva şi el această scădere indiscutabilă a demersului teoretic inițiat de Habermas. "*Această teorie a acțiunii communicative constituie un aport considerabil pentru ştiințele comunicării, chiar dacă locul lăsat mijloacelor de informare în sânul său (cu rol ambivalent) este relativ redus în comparație cu interesul acordat de autor discuției şi argumentației*" (B. Miege, 1998, p. 82).

Prin înălțimea la care problemele comunicării sunt ridicate, prin importanța ce li se conferă, ca parte esențială a procesului de raționalizare socială, Habermas se apropie mult, ca factură a demersului, de John Dewey, care plasa comunicarea în inima proceselor sociale. Sau de Harold Innis, care nu se mulțumeşte doar să cerceteze probleme de comunicare, ci explorează această sferă dintr-o perspectivă mult mai generoasă şi mai angajantă: aceea de a-i descoperi şi pune în valoare potențialul, obturat de diverse interpretări înguste, de a o aşeza pe un piedestal teoretic care să inspire respect (vezi în acest scop capitolul consacrat „Şcolii de la Toronto").

Adorno, Theodor (1969): Scientific Experiences of a European Scholar in America. In The Intelectual Migration Europe and America, 1930-1960. Edts: Fleminig Donald and Bailyn Bernard, Cambridge, Massachusetts, The Belknap Press of Harvard Univerity Press.

Adorno, Theodor (2006): The Culture Industry, London and New York, Routledge Classics.

Adorno, Theodor, (2006): On the Fetish Character in Music and the Regression of Listening, in The Culture Industry, op.cit.

Adorno, Theodor (1973): Negative Dialectic, translated by E.B. Ashton, Routledge and Kegan Paul

Adorno, Theodor (2005): Teoria estetică, Bucureşti, Editura Paralela 45.

Ashenden, Samantha and Owen, David, eds (1999): Recasting the Dialogue between Genealogy and Critical Theory, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.

Benhabib, Seyla (1992): Models of Public Space: Hannah Arendt, The Liberal Tradition, and Jurgen Habermas, in Habermas and the Public Spfere).

Benjamin, Walter (2002): Iluminări, Cluj-Napoca, Editura Idea Design&Print

Calhoun, Craig edit. (1992): Habermas and the Public Sphere, Massachusetts and London, The MIT Press.

Durham Meenakshi Gigi, Kellner Douglas M. Eds (2002): Media and Cultural Studies, KeyWords, Oxford, Blackwell Publishers Ltd.

Edgar Andrew, Sedgwick Peter (2002): Cultural Theory, The Key Thinkers, London and New York, Routledge.

Gramsci, Antonio (1983): Intelectuali, Literatură şi Viață națională, Bucureşti, Editura Univers.

Gramsci, Antonio (1969): Opere alese, Bucureşti, Editura Politică

Habermas, Jurgen (1998): Sfera Publică şi transformarea ei structurală, Bucureşti, Editura Univers.

Habermas, Jurgen (1997): The Theory of Communicative Action, Reason and the Rationalization of Society, Polity Press, Cambridge.

Habermas, Jurgen (2000): Conştiință morală şi acțiune comunicativă, All, Bucureşti.

Honneth, Axel (1949): The Critique of the Power, Reflective Stages in a Critical Social Theory, The Mit Press, Cambridge, Massachusetts, London.

Honneth, Axel and Joas, Hans, eds, (1991): Communicative Action, Essays on Jurgen Habermas's The Theory of Communicative Action, Polity Press, Cambridge.

How, Allan (1995): The Habermas – Gadamer Debate and the Nature of the Social, Averbury Ashgate Publishing Limited, Aldershot, Brookfield, Hong Kong, Singapore, Sydney.

Katz Elihu, Peters John Durham, Liebes Tamar and Orloff Avril eds (2003): Canonic Texts in Media Research, Cambridge, Polity Press.

Miege Bernard (1998): Gândirea comunicațională, Bucureşti, Cartea Românească.

Lazarsfeld, Paul (1969): An Episode in the History of Social Research – A Memoir. In The Intelectual Migration Europe and America, 1930 -1960

Outhwaite,William ed. (2005): The Habermas Reader, Oxford, Polity Press.

Miege, Bernard (1998): Gândirea comunicațională, Cartea Românească, Bucureşti.

Outhwaite, William (2005): The Habermas Reader, Polity Press, Cambridge.

Payne, Michael Payne ed. (2001): A Dictionary of Cultural and Critical Theory, Oxford, Blackwell Publishers Ltd.

Peters, John Durham (2003): The Subtlety of Horkheimer and Adorno: Reading "The Culture Industry" in Katz Elihu, Peters John

Durham, Liebes Tamar and Orloff Avril eds (2003): Canonic Texts in Media Research, Cambridge, Polity Press.

Potra, Florian (1983), Prefață, Antonio Gramsci, Intelectuali..op.cit.

Scannell, Paddy (2003): Benjamin Contextualized: „On The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction", in Canonic Texts in Media Research op.cit.

Sfez, Lucien (2002): Comunicarea, Institutul European, Iaşi.

Trey, George (1998): Solidarity and Difference, The Politics of Enlightenment in the Aftermath of Modernity, State University of New York Press, New York.

Curs 6
Studiile culturale britanice

1. Un grup de autori dar nu o "Şcoală"

În domeniul comunicării există câteva şcoli de gândire celebre: Şcoala de la Chicago, Şcoala de la Columbia, Şcoala de la Toronto, Şcoala de la Frankfurt, Şcoala de la Palo Alto. Fiecare grupează un număr de autori de prestigiu care ne propun o nouă interpretare a comunicării, interpretare asociată cu Şcoala care a lansat-o şi a consacrat-o.

Există o analiză de răsunet a comunicării lansată de un grup de autori din spațiul britanic, dar care nu s-a materializat într-o Şcoală. Autorii sunt nume cunoscute şi recunoscute în literatura de profil: Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Thompson şi Stuart Hall. Uneori (Toby Miller, 2006, p. 4), se vorbeşte de "patru întemeietori" legați, indiscutabil, prin preocupări tematice, prin interpretări commune sau cel puțin similare date unor fenomene legate de cultură, educație, mass media etc. Alteori, cum ar fi cazul volumului Canonic Texts in Media Research, se vorbeşte doar de trei: Hoggart, Williams şi Hall (Introduction, p. 214). La mijlocul anilor 60, ei s-au întâlnit fizic la aceeaşi universitate, cea din Birmingham. Şi, totuşi, literatura de profil vorbeşte despre "Studiile Culturale Britanice", nu despre "Şcoala de la Birmingham".

O explicație ar fi că autorii respectivi au publicat lucrări reprezentative, poate chiar cele mai reprezentative, înainte de întâlnirea de la Birmingham. Cu alte cuvinte, în momentul întâlnirii erau deja personalități consacrate. Pe de altă parte, nu a existat un "şef de şcoală"care să confere o anume unitate tematică, de abordare şi, nu în ultimul rând, un tip de coeziune sufletească atât de necesară unei "şcoli". Cei mai mulți specialişti consideră că personalitatea de cea mai mare anvergură a fost Williams. Însă Centrul pentru Studiile Culturale de la Universitatea din Birmingham a fost înființat la mijlocul anilor '60 de către Hoggart, după care, în partea a doua a existenței acestei structuri, conducerea a revenit lui Stuart Hall. Se pare că nici nu a existat o foarte mare coeziune între membrii grupului, din moment ce în volumul inițiat de Terry Eagleton (1989), ca un moment de celebrare a operei lui Williams, dintre întemeietorii curentului nu semnează decât Hall (Thompson , de pildă, declină invitația pe temeiul "altor angajamente"). Deşi volum omagial (s-a întâmplat ca pe parcursul tipăririi volumului Williams să înceteze din viață), studiul semnat de Hall face câteva

observații extrem de tăioase la adresa operei omagiate. Cum ar fi "absența elocventă" din lucrarea "Cultură şi Societate" a unor autori reprezentativi pentru Anglia - Locke, Hobbes, Adam Smith şi Bentham, cei care alcătuiesc "heartland-ul ideologiei engleze", tradiția critică de orientare conservatoare împotriva utilitarismului individualist (Stuart Hall 1989, p.60)

Dar poate cel mai important motiv este expansiunea incredibilă a studiilor culturale în lumea de astăzi. "Mitologia colectivă" fixează pe cei "patru întemeietori". Între timp, studiile culturale au încorporat teme precum feminismul, sexismul, rasismul, toate subculturile; se vorbeşte cu temei despre studiile culturale americane, germane, franceze sau spaniole. Sunt studii culturale orientate către culturalism şi altele către structuralism. Focalizându-se pe problemele de cultură, de înțelesuri şi semnificații, studiile culturale britanice au deschis şi conturat un întreg orizont de înaintare de care societatea contemporană simțea nevoia. În această evoluție trepidantă, acaparatoare, studiile de început, cele desfăşurate undeva în Anglia în anii '50-'70, au fost poate nu uitate, dar parcă "topite" în lava studiilor culturale care au cuprins practic întregul mapamond. Studiile Culturale Britanice au jucat rolul de detonator al unei problematici aflate sub o presiune considerabilă. În dezvoltarea explozivă care a urmat, începutul a fost reponderat doar ca un punct de pornire sau chiar absorbit în mişcarea de ansamblu. A boteza acest moment de început al unei mişcări care s-a dezvoltat exponențial cu termenul pretențios de "Şcoală" poate că a părut prea mult.

2. Un profund moment englezesc

Scopul acestor însemnări este în primul rând didactic. De aceea, considerăm că, mai întâi, trebuie să prezentăm câteva date despre fiecare din reprezentanții Studiilor culturale britanice, pentru a avea un tablou de ansamblu al principalelor personalități ale mişcării. O precizare fundamentală: toți reprezentanții Studiilor Culurale Britanice sunt intelectuali de stânga, aflați sub influența lui Marx, cu deosebire a lui Gramsci şi, apoi, a lui Althuser. Este atmosfera pronunțată de stânga, atmosfera contestatară caracteristică anilor postbelici. McGuigan sesizează cu acuitate că, deşi s-a autointitulat studii culturale, această mişcare "*a avut tendința să se perceapă pe sine ca parte a unei mişcări intelectuale de gherilă purtând război la granițele cercetării academice oficiale. Această concepție eroică şi romantică a studiilor culturale este acum în mod indiscutabil depăşită*"(McGuigan, 1997a:1, in Foundation of Cultural Studies, 2003, p.6)

Graeme Turner subliniază "rădăcinile istorice foarte specifice" ale acestei mişcări culturale, asociate strâns cu situaţia pe care o traversa Marea Britanie în perioada postbelică. Era o epocă de puternică discontinuitate, o epocă în care Marea Britanie renunţa la fostul imperiu şi căuta să-şi proiecteze dezvoltarea în jurul ideii unui nou tip de capitalism, bazat pe producţie modernă, iar în plan social pe "statul bunăstării generale". Ideea unei "Britanii noi" începea să devină dominantă. (Graeme Turner, 2003, p.33). În noul context, britanic şi european, stânga politică şi ideologică avea o răspândire deloc de neglijat.

Considerăm că aprecierea cea mai sintetică a legăturilor, discutate destul de mult, dintre Studiile Culturale Britanice şi marxism o dă chiar un reprezentant al acestei mişcări, Stuart Hall. După o precizare autobiografică – "*am intrat în studiile culturale venind dinspre Noua Stângă, şi Noua Stângă a privit întotdeauna marxismul ca o problemă, ca un pericol, şi nu ca o soluţie*"(Hall, 2001, p. 264) – Hall precizează: "*studiile culturale au crescut din ceea ce am numit Noua Stângă şi disputa sa cu marxismul. Şi aceasta, desigur, a fost un profund moment englezesc sau britanic*" (Hall, 2001, p.270). Pentru cei care cunosc mai puţin, Noua stângă a fost un curent puternic în societatea occidentală în anii 60 şi 70. Ea reprezenta un protest la adresa stângii clasice, acuzată de anchilozare, de preocupare unilaterală faţă de putere şi menţinerea acesteia, de lipsă de deschidere faţă de temele noi de dezbatere pe care le propunea societatea momentului. Ea reproşa faptul că în marxismul clasic nu sunt abordate, la amplitudinea lor reală, problemele legate de cultură, de mecanismele represive ale societăţii, reprezentanţii de frunte ai acestei orientări încercând să dezvolte marxismul tocmai în aceste direcţii considerate deficitare. Deci Noua stângă era un protest la adresa vechii stângi, iar Studiile culturale britanice s-au născut, potrivit lui Hall, din această dispută, din această insatisfacţie faţă de poziţiile stângii într-o serie de domenii cum ar fi cultura, în general problemele "subiectivităţii umane".

Să mai notăm un lucru. Reprezentanţii Studiilor Culturale Britanice sunt persoane cu origini sociale modeste. Hoggart şi Williams s-au născut în familii muncitoreşti, Hall provine din Jamaica. După încheierea studiilor universitare, primii doi au fost tutori în activitatea educativă cu adulţii, deci în "educaţia desfăşurată dincolo de zidurile academice". Ceea ce i-a ajutat nu numai să nu privească "de sus" o asemenea activitate, dar să capete o anumită înţelegere, mai adecvată, a culturii populare, a "culturii de masă" de mai târziu. Cum sublinia şi Bennet "*nevoia de a înţelege efectele culturii populare asupra noastră a înlocuit nevoia de a o condamna*"(Bennet, 1981, p.6). La rândul lui, Richard Maxwell relevă caracterul practic şi aplicat al demersului conceptual iniţiat de reprezentanţii Studiilor Culturale Britanice. "*Fondatorii*

Studiilor Culturale Britanice au început cu probleme empirice cheie pe care economia politică a capitalismului britanic le-a generat în munca lor intelectuală şi politică. Ei au insistat pe condiţiile clasei muncitoare din Britania vis-à-vis de media, educaţie şi alte industrii culturale care se schimbau odată cu expansiunea statului bunăstării generale şi a capitalismului de consum în era postbelică"(Richard Maxwell, 2006, p. 117).

3. Întemeietori şi influenţe

Primul reprezentant al Studiilor Culturale Britanice, Richard Hoggart, îşi propune să înfăţişeze modul în care aceste schimbări afectează cultura tradiţională a clasei muncitoare. În introducerea la lucrarea sa fundamentală, The Uses of Literacy (Impactul alfabetizării), apărută în 1985, Hoggart mărturiseşte că multe analize de acest fel păcătuiesc prin faptul că au în vedere populaţia în ansamblu şi nu clase şi segmente sociale precise; concentrând analiza pe situaţia clasei muncitoare, el avertizează: "capitalismul de consum distrugea matricea sentimentelor şi atitudinilor autentice ale clasei muncitoare". Născut la Leeds, în 1918, urmează cursurile universităţii din localitate, după care, în timpul ultimului război mondial, este înrolat în armată. În perioada postbelică predă literatura la University of Hull în cadrul cursurilor pentru adulţi. Cine erau participanţii la aceste cursuri? Oameni care din raţiuni economice sau personale nu puteau urma forma clasică a învăţământului superior. În spiritul criticismului, Hoggart îşi propune "să descifreze cultura clasei muuncitoare prin valorile şi înţelesurile întruchipate în patternurile sale; ca şi când ele erau un fel de <texte>"(Stuart Hall, Cultural Studies: two paradigms, 1966, p32). Acelaşi autor relevă că "aplicarea acestei metode la o cultură vie şi respingerea termenilor dezbaterii culturale a momentului (polarizată în jurul distincţiei cultură înaltă/cultură largă) au fost un bun punct de plecare"(Idem).

Volumul portretizează pozitiv viaţa şi cultura clasei muncitoare dinainte de război, care se distingeau prin caracterul lor organic, prin legătura dintre valorile publice şi practicile private. Pub-urile, cluburile, publicaţiile şi viaţa de zi cu zi formau o unitate reglată prin pattern-urile "bunului simţ", care identificase chiar şi mecanisme pentru controlul unor atitudini negative, cum ar fi violenţa. Situaţie care contrastează cu ceea ce a apărut în perioada postbelică, o cultură "artificială", puţin conectată la condiţiile sociale ale celor care o consumă. Nu numai că nu mai are organicitate, dar nici nu mai poate aspira la aşa ceva, pentru că " a eşuat să-şi formeze rădăcini proprii în cultura vie a oamenilor obişnuiţi". De aceea, lucrarea priveşte muzica acelei perioade, producţiile televiziunii americane, revistele ieftine care apăreau la tot pasul drept "intrinsec

artificiale". Acest înțeles este reținut şi de editura americană care subtitrează lucrarea astfel: changing patterns in English mass culture – paternurile în schimbare ale culturii de masă engleze (Boston Press, 1966).

După părerea noastră, cea mai obiectivă evaluare asupra lucrării o oferă chiar autorul însuşi. "Această carte se referă la schimbările intervenite în cultura clasei muncitoare în ultimii treizeci sau patruzeci de ani, cu precădere de când publicațiile de masă au cunoscut o amploare deosebită. Presupun că rezultate similare ar fi apărut şi dacă alte forme de petrecere a timpului liber, cu deosebire cinematograful şi broadcastingul commercial, ar fi fost folosite ca material de analiză"(Introduction). Hoggart recunoaşte că lucrarea nu se bazează pe cercetări sociologice, ci pe experiența sa personală . De fapt, lucrarea este formată din două părți distincte pe care Hoggart le recunoaşte ca atare. Una evocatoare şi alta de analiză a transformărilor pe care aceste noi forme de petrecere a timpului liber le au asupra populației, autorul sperând ca diferența de abordare să fie un avantaj, în sensul că aceste două secțiuni distincte se vor "lumina reciproc".

Nu este, cum ar putea părea, un demers care deplânge evoluția clasei muncitoare sub influența unor massive transformări. Să-l ascultăm pe autor: "*Am spus puțin despre schimbările sociale valoroase din ultimii 50 de ani, şi mult despre pericolele culturale care le acompaniază. Evident, nimeni nu poate să nu admită că situația celei mai mari părți a clasei muncitoare este în toate privințele mai bună, că beneficiază de condiții mai bune de viață, de sănătate şi educație. Ceea ce am vrut să ilustrez este că aceste schimbări culturale care le însoțesc nu constituie o îmbunătățire, ci, în multe privințe, o înrăutățire*"(1958, p.336). Şi parcă pentru a ne convinge de acest lucru, volumul se încheie cu un citat semnificativ reprodus dintr-un autor ecleziastic: "*Numărul celor care au nevoie să fie treziți este mult mai mare decât al celor care au nevoie de confort"*.

În multe privințe, lucrarea are o semnificație istorică. În epocă, ea a avut un impact considerabil. A influențat serialul de televiziune de mare efect în epocă Coronation Street(Strada Incoronării), cel mai lung serial de televiziune turnat vreodată, care continuă şi astăzi. Evident, acum are o cu totul altă factură. La început, acțiunea avea loc într-un mediu muncitoresc pe care un critic inspirat al momentului l-a numit "*Hoggartsborough*". Din punct de vedere istoric, lucrarea a avut o contribuție semnificativă la dezbaterea despre media şi cultura populară şi din această perspectivă, ea este încă evocată. Să nu uităm subtitlul lucrării, la rândul său semnificativ – Aspects of Work-class Life, with reference to Publications and Entertainment (Aspecte ale vieții clasei muncitoare, cu referire la publicații şi divertisment). Profesor de

literatură, Hoggart încearcă să aplice criteriile specifice de analiză literară la un domeniu nou, la un fenomen sociologic. Încet, încet însă, cum remarcau Mark Gibson şi Alec McHoul (2006, p.23), cuvântul "artă" îşi schimbă determinativele, trecând de la "serioasă", "înaltă", "rafinată", spre "populară", "comercială" şi "de masă". Pe măsură ce parcurgem ultimele capitole ale lucrării "arta" este înlocuită de către "cultură".

Chiar şi în literatura de specialitate, Hoggart este reținut doar cu lucrarea despre care am amintit. Fie şi de dragul adevărului istoric, trebuie menționat că el a mai scris două lucrări, una consacrată mass media şi alta legăturilor dintre cultură şi comunicare. Remarcile sale sunt oarecum de bun simț. Constată explozia mijloacelor de comunicare dar se întreabă cu o naivitate acuzatoare: "Suntem noi cu adevărat mai aproape unul de altul?"(1972, p.100). Ceea ce consideră Hoggart că lipseşte în această dezvoltare explozivă a mijloacelor de comunicare este un sens al legăturii între ființele umane, legătură bazată însă pe adevăr: "*oamenii vor să ajungă la ceea ce insistă să numească adevăr, doresc să scrie nu de dragul <societății noastre>, a <poporului nostru>, ci deoarece contează să spună lucrurilor pe nume; oamenii doresc să fie în legătură cu ceilalți oameni pe această bază*"(1972, p.106).

În 1964 devine fondator al Centrului pentru Studiile Culturale Contemporane de la Universitatea din Birmingham, după patru ani în care predase la această universitate tot literatura. Rămâne la conducerea Centrului până în 1968, când trece ca asistent al directorului general al UNESCO.

Toți reprezentanții studiilor culturale britanice au fost personalități influente în epocă. Dacă totuşi ar fi să identificăm contribuția cea mai „durabilă", aceea este a lui Raymond Williams(Chris Barker (2003, p.39). Există şi opinii mai abrupte în această privință. Terry Eagleton (1989, p.9) afirmă despre Williams că „a transformat studiile culturale din stadiul primar în care le-a găsit într-o construcție impresionant de bogată şi de adâncă", mai mult, că a „modificat ireversibil harta intelectuală şi politică a Britaniei", ceea ce trebuie înțeles, neîndoielnic, şi în contextul volumului omagial pe care l-a coordonat Eagleton. Însă asemenea aprecieri, chiar dacă mult mai nuanțate, nu sunt deloc singulare. De pildă, Turner spune despre Williams că a avut o "contribuție mult mai profundă decât a oricărui alt membru la modelarea viziunii culturale a acestei orientări" (Turner, 2003, p.42). Născut într-un sat din Welsh, Raymond Williams îşi face studiile universitare la Cambridge, după care participă activ, în timpul ultimei conflagrații mondiale, la luptele din Franța. Apoi devine şi el tutore timp de câțiva ani în activitatea educativă cu adulții. Predă, apoi, la Universitatea din Cambridge tot literatură, după care se mută la Birmingham. Se stinge din viață în 1989.

Are o operă vastă. Scrie în domeniul criticii, al culturii, dar mai ales al comunicării. Are cele mai sistematice preocupări în domeniul comunicării şi dezvoltă o viziune în acest domeniu. În 1958, scrie „Culture and Society" care conţine interesante constatări şi aprecieri cu privire la comunicare. Urmează, apoi, „The Long Revolution" (1961), care, după mărturisirea autorului, era consacrată „instituţiile culturale ale media scrise". Urmează, în ordine cronologică, „Communications" apărută în 1962, care dezvoltă multe idei din Culture and Society. În 1974 Williams publică lucrarea Television, Tehnology or Cultural Form dedicată analizei particularităţilor televiziunii; din perspectiva logicii interne, ultima lucrare continuă demersul din The Long Revolution, în sensul că prima se concentrează cu predilecţie pe media scrise, ultima pe televiziune, pe atunci cel mai nou mijloc de comunicare în masă. Deci avem de-a face cu o concepţie închegată care, cum vom vedea, prezintă şi neîndoielnice note de originalitate.

Aici biografia este furnizată, în principal, de operă. Pentru că avem de-a face cu opera cea mai consistentă, am aborda aici şi un alt aspect. John Storey semnalează un lucru care merită atenţie. „*Problema este că multe lucruri din Studiile Culturale Britanice nu sunt de origine britanică; ele vin, de pildă, din Franţa (Louis Althusser , Roland Barthes, Pierre Bourdieu, Michel de Certeau, Michel Foucault, Jean Lacan), Austria (Sigmund Freud), Germania(Karl Marx), Italia(Antonio Gramsci), Rusia (Mihail Bahtin, Valentin Volosinov), Elveţia (Ferdinand de Saussure). De aceea, deşi Studiile Culturale Britanice tind să fie asociate cu lucrările lui Richard Hoggart, Raymond Williams, E.P.Thompson şi Stuart Hall, nu se fac referiri directe la lucrările din care se fac diverse preluări*"(John Storey, 2003, p.2).

Cum am subliniat mai înainte, SCB iau naştere într-un anume context şi sunt, neîndoielnic, inspirate de dezbateri clasice sau contemporane lor. Ni se pare că aprecierea reprodusă mai sus este nu numai prea severă, dar în multe privinţe nedreaptă. Opera lui Williams este un argument. El publică lucrarea „Culture and Society" în 1958, când multe din ideile lansate de autori din Franţa, Italia etc nu fuseseră încă formulate. Nimeni, de pildă, nu neagă influenţa lui Gramsci asupra SCB. Dar întemeietorii acestei orientări dezvoltă o analiză a situaţiilor şi evoluţiilor din Marea Britanie. Punctele de plecare pot fi discutate; peremptorii aici sunt rezultatele analizei, la ce a condus demersul de investigaţie propriu zisă. Multe din lucrările reprezentanţilor SCB, am menţiona în primul rând pe cele ale lui Williams şi Hall nu pot fi puse la îndoială din acest punct de vedere. Aşa cum vom căuta să arătăm în continuare.

E.P.Thompson este un gen de gânditor ortodox al mişcării de care ne ocupăm.Contribuţia sa principală este materializată în lucrarea The

Making of the English Working Class, publicată în 1963. Dintre fondatorii SCB, a fost poate şi cel mai angajat din punct de vedere politic. Membru al partidului comunist, de care se desolidarizează în urma evenimentelor petrecute în Ungaria (1956), devine participant activ al Campaniei pentru dezarmare nucleară din Marea Britanie în anii 60, după care îmbrăţişează problemele de ordin teoretic. În cadrul Centrului pentru Studii Culturale Contemporane se afirmă ca o prezenţă inconfundabilă.

De ce spunem că este un gânditor ortodox. Pentru că într-o epocă frământată, el rămâne pe poziţii marxiste clare. În lucrarea pe care am citat-o dezvoltă consideraţii interesante despre cultură. Numai că, spre deosebire de Williams care tratează problemele de cultură într-o viziune mai largă, cu puternice accente antropologice şi, am spune, cu accente pe care astăzi le-am numi semiotice, Thompson preferă să trateze cultura în paradigma clasică a raporturilor dintre bază şi suprastructură. Faţă de teza lui Williams, potrivit căreia cultura „este un adevărat mod de viaţă", el preferă alternativa numită „lupta dintre diferite moduri de viaţă". Rămâne ataşat ideii că istoria este făcută în principal de către subiecţii istorici. Proiectul său intelectual este de a rescrie istoria culturii, în sens de cultură populară, cultură „a poporului", tocmai pentru a corecta şi îndrepta nedreptăţile existente în „istoria oficială" cu privire la acest domeniu.

Era un bun polemist. Îşi afirmă aceste calităţi în interiorul Centrului, unde apără, după părerea noastră justificat, ideea că istoria reprezintă un mare punct de interes pentru orientarea reprezentată de SCB. Mai ales că această idee nu era împărtăşită de toţi membrii Centrului. În momentul când pe plan european se afirmă structuralismul marxist, cu deosebire prin scrierile lui Althusser, Thompson apără punctul de vedere „culturalist" în contra celui structuralist. Ceea ce îi aduce imputaţia chiar din partea unor membri ai Centrului că „preferă experienţa teoriei"(Turner 2003, p.58). Nu ştim dacă reacţia faţă de structuralism a venit din ataşament la „experienţă" sau dintr-un ataşament la cadrele teoretice ale marxismului de care Thompson nu se va detaşa în mod real niciodată.

Richard Hall a devenit într-un anume fel figura simbol a Studiilor culturale britanice în perioada în care acestea au beneficiat de un suport instituţional: Centrul pentru Studii Culturale Contemporane, înfiinţat în cadrul Universităţii din Birmingham în 1964. Iată cum descrie Hall atmosfera intelectuală de la Universitate, înainte de înfiinţarea acestei mişcări intelectuale. „*Când am ajuns pentru prima dată la Universitatea din Birmingham, în 1964, pentru a-l ajuta pe profesorul Richard Haggart să fondeze Centrul pentru Studii Culturale Contemporane, nu exista nimic care să vorbească despre studii culturale. Exista desigur departamentul de limbi, literatură, istorie şi arte înalte iar facultăţile noastre de arte se dedicau moştenirii culturale...Ştiinţele sociale, pe de*

altă parte, se ocupau cu ceea ce le făcea plăcere să numească „sistem cultural”...Erau puține preocupări în legătură cu întrebările noastre referitoare la cultură. Preocupările noastre despre cultură –şi nu o să fac nici un fel de încercare de a furniza o definiție cuprinzătoare a termenului – aveau în vedere prefacerile diverse din viața societății, a grupurilor şi rețelelor de înțelesuri.... ; ceea ce Raymond Williams numise „whole ways of communicating”(toate modurile de comunicare) care sunt întotdeauna „ways of life”(adevărate moduri de viață); intersecțiile insalubre unde cultura populară se intersectează cu artele înalte; acel loc unde puterea se întâlneşte cu ştiința iar procesele culturale anticipează schimbarea socială”(Hall, Race, Culture and Communications, 1996, p 336).

Hall îl cunoscuse de mai multă vreme pe Hoggart şi acum doreau să întemeieze, în cadrul Universității din Birmingham, o structură instituțională care să reprezinte un gen de suport pentru intențiile şi preocupările lor teoretice. „*Îmi amintesc cum stăteam în camera lui Richard Hoggart şi dicutam ce nume să-i dăm. „Institut” sugera el, ceea ce suna pretențios şi auster... Ei bine, am adăugat eu, ce ai spune despre Centru? Era mult mai informal şi ne-am oprit la această denumire. „Cultural Studies” au venit mult mai natural. Era o denumire cât se poate de cuprinzătoare: în felul acesta ne asiguram că nici un departament, nici de studii umaniste, nici de ştiințe sociale, care credeau că deja se ocupă de cultură, ar putea simți prezența noastră ca pe un afront. Cel puțin în această ultimă grijă a noastră am avut succes*” (Idem).

Născut în Jamaica, într-o familie care aparținea clasei mijlocii, Hall cunoaşte de timpuriu experiența marginalizării. Era, după propria expresie, copilul „cu pielea cea mai închisă la culoare din familie”, unul „care nu se potriveşte” (mama era de origine britanică iar tatăl jamaican). Vine în Anglia să facă studiile universitare, ca „black West Indian”. La Oxford întâlneşte o atmosferă specială. „Mi-a luat destul de multă vreme să mă acomodez cu Marea Britanie , în special cu Oxford-ul, pentru că Oxford este „simbolul englezismului, un ax, motorul care creează spiritul englez (The formation of a diasporic intellectual, An interview with Stuart Hall, by Kuan-Hsing Chen, 1996, p. 491-492). Devine membru activ al Noii stângi britanice şi primul editor al revistei „New Left Review”. Interesant ni s-a părut cum prezintă autorul apariția Noii stângi britanice, de neconceput, după părerea sa, fără afluența de studenți şi intelectuali proveniți din fostele colonii. Fără aceste forțe intelectuale „din afară”, fără efortul încordat de a „sparge” establishment-ul vechii stângi, mişcarea aceasta politică, socială şi culturală nu ar fi luat naştere. Iar fără o Nouă stângă britanică nu ar fi apărut nici Studiile Culturale Britanice.

Din 1968 preia conducerea Centrului de Studii Culturale Contemporane (pe care o deține până în 1979) jucând un „rol crucial pentru definirea şi instituționalizarea studiilor culturale" (Lawrence Grossberg, 1996, p.152). Într-adevăr, în această perioadă, Studiile Culturale Britanice capătă un contur mai precis. David Morley şi Kuan – Hsing Chen, cei care au consacrat un volum de studii lui Hall, subliniază o idee de care nu se poate face abstracție: „Pentru noi, contribuția intelectuală majoră a lui Hall nu constă în elaborarea unor poziții cu privire la probleme politice şi teoretice, ci mai curând în implicarea sa într-o paletă largă de proiecte, în dorința şi capacitatea sa de a aborda noi probleme, de a le face să înainteze dincolo de limitele precedente" (David Morley and Kuan-Hsing Chen, Introduction, 1996, p.3). Este un adevăr major cuprins în aceste cuvinte. Activitatea lui Hall nu poate fi limitată doar la sfera academică. El a fost sufletul Centrului, a contribuit la deschiderea activității acestei structuri către problemele momentului, de la problemele etnice şi rasiale, la cele feministe, de la cultura grupurilor dezavantajate la analiza sistematică şi aplicată a mass media. Dacă îi vom aplica lui Hall tiparul strict academic, vom sărăci nedrept o operă mai largă, mai cuprinzătoare, formată nu doar din studii şi analize, ci şi din catalizarea unor dialoguri şi elaborări critice, consolidarea unei tradiții de analiză culturală, stimularea unor specialişti să îmbrățişeze şi să dezvolte teme noi, deloc sau puțin abordate până atunci. Nu este de mirare că în anii 70 când el a asigurat conducerea Centrului, Studiile Culturale Britanice au consemnat o perioadă de reală efervescență teoretică şi de dinamism cultural.

La sfârşitul acestei perioade se retrage ca profesor la Open University, uşor dezamăgit că atmosfera de început a Centrului nu s-a conservat (în primii ani, precizează Hall, Centrul era un gen de „universitate alternativă", cu o foarte mică distanță între studenți şi profesori, după care diferența dintre status-uri a început să crească: „am preferat să mă situez în tradiția începutului"), dar şi atras de atmosfera de la noua universitate, caracterizată prin îmbrățişarea interdisciplinarității, emanciparea de convenții, mai apropiată de unele „din aspirațiile generației mele, de a discuta cu oameni obişnuiți, cu studenți de culoare" nu neapărat într-o atmosferă academică. Continuă să publice, să fie o personalitate activă pe temele care l-au consacrat.

În anii 80, Centrul îşi lărgeşte mult preocupările şi nu mai are coerența de început. Se înregistrează şi o reacție din partea celorlalte departamente ale universității; ulterior este încadrat în cadrul unui asemenea departament şi dispare încet, încet ca domeniu de preocupări de sine stătătoare.

4. Raymond Williams : redefinirea culturii „ca un adevărat mod de viață”

Vom începe prezentarea noastră cu viziunea întemeietorilor SCB despre cultură. În primul rând, pentru că orientarea de care ne ocupăm poartă numele de Studii Culturale Britanice şi este firesc să înfățişăm viziunea despre conceptul care figurează în însăşi denumirea orientării. În al doilea rând, problemele culturale au reprezentat, din diferite perspective, domeniul de interes al fondatorilor SCB. În sfârşit, am putea menționa că autorii reuniți sub această denumire au analizat mai întâi probleme culturale şi, în acest demers, au descoperit comunicarea şi semnificația ei majoră.

În momentul apariției lucrării lui Williams, dominante în epocă erau criticile culturale promovate de către Adorno şi Horkheimer – şi, în spațiul britanic, de către QD Leavis şi FR Leavis (pentru care cultura reprezenta preocuparea unei “minorități educate” care se vede pusă în pericol prin asaltul standardizării, al culturii de masă). Criticile culturale s-au impus datorită tonului tăios la adresa standardizării produselor culturale şi multiplicării lor la niveluri “industriale”. Ele semnalează un proces istoric ireversibil: lumea culturală, ghidată de criterii estetice apunea şi făcea loc unei “industrii” care urmărea scopuri diferite. În analiza lor, criteriul estetic şi moral, transformat în criteriu esențial de judecată, se aplica unei realități în bună măsură schimbată. Williams schimbă termenii discuției, prin schimbarea termenului de referință. Cultura este văzută ca un proces viu în care tradiția culturală se îmbină cu activitatea de creare a unor noi înțelesuri, la care participă elitele culturale dar şi oamenii obişnuiți. Cultura devine “un adevărat mod de viață”, la care iau parte persoane sau grupuri din întreg spectrul social. În felul acesta, cultura nu mai este problema “lor”, ci a “noastră”. Pe parcursul analizei vom face referiri la diferite contribuții, dar în primul rând la lucrarea lui Raymond Williams, „Culture and Society”, pentru că este considerată drept lucrarea fundamentală pe probleme de cultură a acestei orientări.

Perspectiva de analiză este una cu totul particulară. Amintind că în ultimele decenii ale secolului al XVIII-lea şi în prima jumătate a secolului următor (cu alte cuvinte atunci când se declanşează revoluția industrială, se configurează liniamentele vieții democratice), un număr de cuvinte „de capitală importanță” au apărut în limba engleză, ori au căpătat un nou înțeles, autorul precizează perspectiva de care aminteam. „*Există de fapt*

un pattern general al schimbării în aceste cuvinte, şi el poate fi folosit ca o hartă de tip special, cu ajutorul căreia putem privi din nou la acele schimbări din viaţa şi gândirea noastră pe care le reflectă în mod evident prefacerile din limbă. Sunt cinci cuvinte cheie pe baza cărora se poate desena această hartă. Ele sunt industrie, democraţie, clasă, artă, şi cultură. Importanţa acestor cuvinte în structura de înţelesuri a perioadei moderne este evidentă. În această perioadă esenţială, schimbările pe care le înregistrează sensurile lor reprezintă un adevărat martor pentru schimbarea generală în legătură cu viaţa noastră comună: în legătură cu instituţiile sociale, economice şi politice; cu scopurile pe care aceste instituţii au fost proiectate să le întruchipeze; cu relaţiile dintre aceste instituţii şi obiectivele activităţii noastre din domeniul instruirii, educaţiei şi artelor" (Williams 1958, p.xiii).

Altfel spus, în viziunea lui Williams cuvintele sunt un gen de seismografe secrete ale transformărilor sociale. Nu doar ale transformărilor care ne apar ca exterioare, ci şi ale răspunsurilor noastre, raţionale şi afective. Astfel, cuvintele condensează o epocă, perioade de schimbări fundamentale şi ne oferă un acces privilegiat către înţelesul experienţelor acumulate în asemenea momente. Ceea ce îşi propune autorul este un proces de „citire" a istoriei moderne a Angliei (din ultimele decenii ale secolului al XVIII-lea până la mijlocul secolului al XX-lea) prin intermediul unor cuvinte cheie, de comparare a acestor cuvinte cu perioada care le-a zămislit, cel puţin într-o anume formă, cu transformările care au survenit între timp şi care nu se găsesc exprimate în aceşti termeni. Williams selectează pentru acest demers lucrările unor autori cunoscuţi, precum Edmund Burke, Thomas Carlyle, John Milton, T.S. Eliot, George Orwell, autori reprezentativi pentru orientarea conservatoare din gândirea britanică.

Într-o lucrare publicată mai târziu, Williams (1983, p.87) relevă dificultatea ieşită din comun de a defini conceptul de cultură. „Cultura este unul din primele două sau trei cele mai complicate cuvinte în limba engleză". Fapt datorat atât unei „dezvoltări istorice complicate" dar şi folosirii sale cu înţelesuri diferite „în câteva discipline intelectuale distincte şi în câteva sisteme de gândire distincte şi incompatibile". De fiecare dată, autorul subliniază importanţa transformărilor obiective din viaţa noastră şi impactul lor asupra vieţii spirituale de ansamblu, dar ţine în mod deosebit să releve semnificaţia „reacţiilor noastre, raţionale şi afective, faţă de schimbarea condiţiilor în viaţa noastră comună"(Ibidem, p.295). Istoria ideii de cultură cumulează aceste răspunsuri şi reacţii apărute în contexte deosebite, de transformări dramatice. Răspunsuri care nu au fost altceva decât procese de semnificare, de construire a unor înţelesuri pentru transformările din viaţa societăţii moderne. Apare de la început viziunea cuprinzătoare a ideii de cultură, care este o „reacţie

generală" la „o schimbare majoră" în „viața noastră comună". Reacția generală nu înseamnă reacție uniformă. Pentru că diferite sunt atât procesele de semnificare cât şi analiza lor: „*cercetarea este comună, dar concluziile noastre sunt diferite, pentru că punctele noastre de plecare sunt diferite"*(Idem).

Prin urmare, o istorie a culturii trebuie să țină seama de aceste perspective diferite, de schimbările care au avut loc în sfera preocupărilor şi răspunsurilor, sub presiunea anumitor evoluții şi fenomene. Schimbări care au condus la semnificarea diferită a aceloraşi procese, la modificări de înțeles, la nuanțarea interpretărilor. Tradiția culturală consemnează aceste răspunsuri şi interpretări, într-o ierarhie, la rândul ei specifică anumitor epoci. Față de ceea ce transmite tradiția, fiecare epocă are grila ei de interpretare şi de selectivitate. Fiecare epocă va căuta răspunsuri la propriile îngrijorări, puncte de sprijin pentru propriile viziuni. De pildă, în legătură cu democrația, care a proclamat de la început egalitatea persoanelor, a existat mai întâi suspiciunea că reprezintă o amenințare la adresa minorității. Supremația populară şi puterea noilor mase au alimentat o asemenea raportare. După un timp, a apărut o altă temere, de data acesta față de individualismul, etic şi practic, al societății capitaliste, ceea ce s-a întruchipat în ideea de comunitate, de „societate organică". În secolul nostru, temerile primei faze au fost retematizate sub forma a ceea ce s-a numit „democrația de masă în noua lume a comunicării de masă. „*Existența unor mijloace de comunicare în masă, extrem de puternice, se află în inima acestor probleme pentru că prin intermediul lor opinia publică a fost vizibil modelată şi direcționată, adesea prin mijloace discutabile şi pentru scopuri discutabile*"(p. 298).

De altfel, cum avea să mărturisească autorul, chiar punctul de plecare al lucrării este constituit din marile procese de expansiune culturală care au avut loc în perioada postbelică, precum alfabetizarea, ridicarea generală a nivelului de educație, prezența din ce în ce mai semnficativă a mass media, toate acestea făcând „necesară şi urgentă" „ o revizie a istoriei culturale", şi chiar „o nouă teorie generală a culturii"(Foreword, p.VIII).

Williams îşi propune să aşeze fundamente pentru o istorie a ideii de cultură, dar nu o istorie obişnuită, o istorie clasică, ci un „proiect cultural şi politic", un proces de resemnificare, de descoperire şi îmbogățire retroactivă. Un demers prin care, aşa cum remarca John Durham Peters, „urmaşii pot da viață înaintaşilor". Acest sens mai adânc al demersului autorului englez a fost sesizat cu acuitate şi de traducătorul în limba germană a lucrării, care intitulează lucrarea „Intellectual History as Social Theory" (Istoria intelectuală, ca teorie socială). (John Durham Peters,2003, p.218).

Moştenirea pe care fiecare generaţie o primeşte sub formă de tradiţie culturală „este întotdeauna, şi în mod necesar, ceva mai mult decât produsul unei singure clase". Nu numai că în această moştenire sunt cuprinse şi contribuţii din epoci cu mult anterioare celei imediat premergătoare, ci şi de o altă realitate care întruchipează cu fidelitate viziunea autorului englez despre cultură: „*chiar şi într-o societate unde o clasă anume ocupă poziţiile dominante, este evident posibil ca şi membrii altor clase să contribuie la bagajul comun şi ca aceste contribuţii să nu fie afectate sau chiar să fie în opoziţie cu ideile şi valorile clasei dominante*" (1958, p.320). „Clasa dominantă" poate contribui într-adevăr mai mult la transmiterea şi distribuirea întregii moşteniri comune; de asemenea, cum „tradiţia este întotdeauna selectivă", modalităţile prin care se realizează această selectivitate au o legătură indiscutabilă cu interesele clasei aflate la putere. Aria în care se dezvoltă şi se îmbogăţeşte o cultură depăşeşte cu mult aria prefigurată de graniţele unei clase. Ea se suprapune cu aria populaţiei care vorbeşte aceeaşi limbă. „*Oamenii care vorbesc o limbă comună împărtăşesc moştenirea unei tradiţii intelectuale şi literare, moştenire constant şi necesar reevaluată odată cu orice prefacere a experienţei sociale*"(p.321).

Înţelegând astfel cultura, Williams lărgeşte mult sfera de cuprindere a termenului şi legitimează cultura populară, cultura media şi chiar formele de divertisment moderne. Cultura este o sumă de înţelesuri. În cultură se regăsesc înţelesurile elitei dar şi ale masei, ale cercurilor academice, dar şi ale creaţiei populare. Ar fi nu numai incomplet, ci şi greşit să facem o istorie a culturii urmărind doar creaţia elitelor. „*O cultură nu constituie numai o colecţie de produse intelectuale sau ale imaginaţiei, ci este, în mod esenţial, un adevărat mod de viaţă*"(p. 325). Selecţia autorilor conservatori pe care o operează Williams are şi rostul de a arăta că limitarea istoriei culturii la asemenea creaţii, de indiscutabilă valoare, prezintă riscul de a oferi o imagine sărăcită şi, în ultimă instanţă, neîncăpătoare a conceptului de cultură.

Raymond Williams inaugurează o nouă tradiţie a reflecţiei cu privire la acest domeniu, în care cultura şi societatea alcătuiesc un tot. Cultura ne apare sub forma tradiţiei moştenite, dar şi sub cea a creaţiei care se adaugă acestei moşteniri. Elementul care leagă aceste două tronsoane este înţelesul prin care semnificăm şi înţelesul împărtăşit. Crearea de înţelesuri este o activitate permanentă şi nu este limitată la anumite perimetre sociale. Oamenii obişnuiţi, grupuri sociale dezavantajate au şanse de a contribui la creaţia culturală. Într-o apreciere tip răspuns la multe neînţelegeri în legătură cu această problemă, Williams preciza lămuritor, după părerea noastră: „*O cultură are două aspecte: înţelesurile şi direcţiile cunoscute în spiritul cărora membrii societăţii sunt formaţi; noile observaţii şi înţelesuri, care sunt oferite şi*

testate. Acestea sunt procese obişnuite ale societăţii şi ale minţii umane, iar noi privim prin ele natura culturii: ea este întotdeauna tradiţională şi creativă; ea cuprinde deopotrivă atât cele mai obişnuite înţelesuri comune, cât şi cele mai fine înţelesuri individuale. Folosim cuvântul cultură în aceste două sensuri: de a semnifica un adevărat mod de viaţă – înţelesurile comune; de a semnifica artele şi învăţarea – adică procesele de descoperire şi de efort creativ. Anumiţi cercetători rezervă cuvântul cultură doar pentru unul sau altul din aceste înţelesuri. Eu insist asupra ambelor şi asupra semnificaţiei conjugării lor. Întrebările pe care le-am adresat privind cultura noastră sunt întrebări despre scopurile noastre generale şi comune şi, de asemenea, despre înţelesurile adânci şi personale. Cultura este o prezenţă obişnuită în orice societate şi în orice minte"(Williams, 1989:4 în Questions of culture and ideology, p. 37, in Cultural Studies, Theory and Practice, by Chris Barker, Sage Publications, London, 2003).

Williams operează o deschidere de natură semiotică în înţelegerea culturii. Principala perspectivă de analiză este cea a „cuvintelor-cheie", a cuvintelor care depozitează înţelesuri pe care epoci şi generaţii diferite le-au construit şi le-au fixat în limbă. Nu vom putea cunoaşte cu acurateţea necesară istoria culturii, dacă nu ne vom apleca asupra limbii, ca modalitate pe care nu o mai putem ocoli de a ne face o imagine limpede asupra răspunsurilor pe care epoci şi generaţii le-au dat unor prefaceri, unor sfidări. Astfel, „Culture and Society" deschide perspectiva discursivă de înţelegere a istoriei şi culturii cu ani buni înainte ca metoda să devină un bun obişnuit al cercetării media şi culturale de ansamblu.

Prin modul cum prezintă procesul de semnificare, de acordare de înţelesuri, Williams şi, odată cu el, reprezentanţii Studiilor Culturale Britanice, conferă un cu totul alt înţeles culturii decât cel tradiţional, limitat la cercuri de elite. Cultura capătă un sens mai larg care înglobează înţelesuri şi creaţii venind dinspre diverse segmente, grupuri şi clase sociale, opere de mare valoare dar şi creaţii obişnuite care sunt produse pentru viaţa de zi cu zi. „Prin cultură, subliniază Stuart Hall, înţeleg terenul comun de practici, reprezentări, limbi şi obiceiuri ale unei anume societăţi. De asemenea, înţeleg formele contradictorii ale simţului comun care ia naştere în şi ajută la modelarea vieţii obişnuite"(Hall,1996c: 439). Cultura tinde să coincidă cu practica socială a creării de înţelesuri, unde acestea sunt nu numai produse dar şi împărtăşite, negociate, compatibilizate, examinate într-o viziune tolerantă. Astfel, cultura se deschide spre mijloacele de comunicare în masă, spre formele moderne de divertisment, spre muzica de largă audienţă, de la clase şi segmente sociale la grupuri contestatare, pentru că înţelesurile sunt produse într-o varietate de contexte.

4.1. În căutarea unei noi înțelegeri a comunicării

Studiile Culturale Britanice transformă problemele de comunicare într-o prioritate indiscutabilă. Faptul este absolut justificat. Nu numai că problematica respectivă intrase în actualitatea cercetării, dar domeniul îmbrățișat de SCB – cultura, dominarea, represiunea, audiența - solicitau o adâncire a problemelor de comunicare. De asemenea, scopurile largi ale mişcării de care ne ocupăm, viziunea în care acestea erau abordate şi examinate, tenta politică şi socială vizibilă a scrierilor lor, angajamentul explicit pentru dezlegări moderne sau, în orice caz, în acord cu timpul, obligau şi la o tratare particulară a comunicării, diferită de ceea ce literatura de profil propunea până atunci.

a.Comunicarea:transmitere, receptare şi răspuns. Într-o epocă în care literatura de specialitate, îndeobşte cea americană, promova o abordare empirică, orientată către efecte, Williams propune o definire succintă şi adâncă a acestui proces: „*Comunicarea nu este doar transmitere; ea este de asemenea receptare şi răspuns*" (Williams 1958 p. 313). Această formulare, remarca John Durham Peters ar putea fi un adevărat motto pentru existența de 40 de ani a Studiilor Culturale Britanice (John Durham Peters, 2003,p.223). La care noi ținem să adăugăm un alt citat din aceeaşi lucrare a lui Williams, care precizează foarte exact parametrii de evaluare şi examinare a comunicării: „*Receptarea şi răspunsul, care întregesc comunicarea, depind de alți factori decât de cei tehnici*"(Williams, 1958 p 302).

Ca să înțelegem mai bine viziunea despre comunicare, este util să prezentăm modul cum înțelege Williams asemenea cuvinte cheie precum „masă" şi „comunicarea de masă". Să nu uităm, suntem în anii postbelici când asemenea concepte au început să fie folosite foarte mult, cu sensuri diferite. Pentru o orientare care a definit cultura într-un sens mult mai larg şi a recunoscut dreptul de semnificare culturală pentru cercuri sociale mult mai largi, exprimarea poziției față de termenii „masă" şi „comunicare de masă" devenea obligatorie. În fond, acest lucru presupunea mai întâi să fie lămurită întrebarea ce se înțelege prin conceptele de „masă" şi de „comunicare de masă". Consecvent cu perspectiva socială de analiză promovată de toți reprezentanții SCB, Williams consideră că avem de-a face nu cu o problemă tehnică, aşa cum se considera de obicei, ci cu una de definire, de interpretare. „*În fapt, nu există mase; există doar modalități de a percepe oamenii ca mase*"(1958, p.300).

Preponderentă în epocă era interpretarea potrivit căreia masele şi comunicarea de masă au apărut ca urmare a exploziei posibilităților tehnice. Când se vorbea de mase, se avea în vedere concentrarea populației în zonele urbane, a muncitorilor în mari unități industriale şi, implicit, apariția unor mase de lucrători, iar în ceea ce priveşte

comunicarea de masă, totul era asociat cu apariția posibilităților tehnice de transmitere a mesajului şi de multiplicare a acestuia. În viziunea lui Williams, dezvoltarea tehnicii nu are nici o relevanță specială pentru apariția termenului de „comunicare de masă". Singura remarcă posibilă este că tehnicile moderne sunt impersonale comparativ cu cele clasice. Dacă la teatru vedem actori, la cinematograf vedem imagini ale acestor actori; dacă la un miting poate fi văzută o persoană fizică în calitate de vorbitor, la radio se transmite numai vocea sa, iar la televizor şi vocea şi imaginea. „Tipăriturile au reprezentat primul mijloc de comunicare impersonală"(1958, p. 301). Îmbrățişarea tehnicii ca factor explicativ al conceptului de comunicare de masă conduce univoc la o anumită viziune despre comunicare, comunicarea ca transmitere. „*Nu reuşim să înțelegem, în acest domeniu, că cea mai mare parte din ceea ce numim comunicare nu este nimic mai mult decât transmitere: ceea ce însemnă un proces unidirecțional de transmitere a mesajelor* " (Ibidem p.302). De aceea, autorul spune că dacă am fi consecvenți cu acest punct de vedere, am putea numi comunicare un gen de „transmitere diversificată".

b. *Nu există comunicare de masă, ci diferite feluri de a concepe acest tip de comunicare*. Williams consideră, deci, că nu perspectiva tehnică este cea potrivită, pentru că ea nu poate decât cel mult să explice diversificarea şi amplificarea unui anumit mod de adresare impersonală, care a apărut o dată cu tiparul. După opinia noastră, tehnica şi posibilitățile ei nu pot fi scoase complet din ecuație atunci când vorbim de comunicare de masă. Teatrul, cum precizează autorul englez, prezintă un grup de actori, pe când cinematograful imaginile acestora. Aici găsim o explicație a apariției culturii de masă. Faptul că lucrează cu actorul în carne şi oase, cu o audiență prin forța lucrurilor redusă, teatrul pune stavile naturale caracterului de masă. În momentul când s-a putut difuza imaginea actorului, atunci aceste stavile au dispărut iar difuzarea, cel puțin din punct de vedere tehnic, este eliberată de orice constrângeri.

Factorul cu adevărat nou, după opinia lui Williams, este expansiunea audienței, generată de doi factori: creşterea generală a nivelului de educație şi diversificare posibilităților tehnice de a difuza mesajul către un număr cât mai mare de receptori. Dar acest fenomen cu adevărat nou creşterea exponențială a audienței a fost interpretată „potrivit unei formule" şi echivalată cu o masă, cu o mulțime nediferențiată, fără preferințe, fără gusturi, fără opțiuni. Conceptul de „comunicare de masă" este transpunerea acestei viziuni în câmpul comunicării şi consacrarea transmiterii ca principală, dacă nu unică dimensiune a comunicării.

La care Williams mai adaugă un element, intenția cu care transmitem. Pentru că denumirea „de masă" decurge de fapt dintr-un mod de raportare, în cazul comunicării din intenția cu care transmitem

mesajele. Atunci când avem în minte o mulțime de ființe diferențiate între ele, ființe raționale, iar scopul nostru este de a transmite informații şi opinii, de a cultiva gustul pentru artă şi de a stimula preocuparea pentru educație, de a împărtăşi o experiență comună, atunci formula comunicare de masă nu are nici un fel de acoperire. Când, dimpotrivă, scopul nostru este manipularea – persuadarea unui mare număr de oameni de a cunoaşte, de a gândi şi simți într-un anume fel – formula convenabilă va fi aceea de mase. „*Ideea de masă este expresia acestei concepții, iar ideea de comunicare de masă, un rezultat al funcționării sale*(1958, p.304). În acest context, autorul englez face distincția dintre sursă şi agent. Sursa este persoana care oferă o opinie, o informație, o judecată, cu dorința normală ca alte persoane să mediteze asupra lor şi să le accepte, iar agentul este cel care aparent transmite mesaje asemănătoare, dar cu scopuri ascunse. Mai important este că scopurile pot să nu fie ale lui, ci ale celui în slujba căruia lucrează: guvern, agenție, proprietar de ziar. De aceea, legătura „dintre convingere şi comunicare, dintre experiență şi expresie" nu este doar una morală, ci una care poate afecta individul şi limbajul comun de înțelegere.

Din tratarea audienței ca „masă", mai mult, ca „gloată", rezultă într-adevăr probleme şi riscuri reale pentru democrație, precizează Williams, şi nu din existența unor puternice mijloace de comunicare în masă. În alți termeni, dacă dispunem de mijloace de comunicare puternice, problema societății este să definească scopurile lor şi să fixeze obiective în acord cu valorile sale. Pentru eventuale derapaje, nu aceste mijloace sunt blamabile, ci societatea care nu le oferă orizont de acțiune în folos comun. În fond, ceea ce spunea autorul despre „mase", se poate spune foarte bine şi despre „comunicarea de masă": nu există comunicare de masă, există doar modalități diferite de a concepe comunicarea de masă.

c. Comunicarea ca teorie a comunității Dacă dorim să înțelegem mai bine viziunea despre comunicare a lui Williams şi implicit a SCB trebuie mai întâi să ne reprezentăm cum se cuvine formula lansată în Culture and Society: „*orice teorie reală a comunicării este o teorie a comunității*"•(p.313). În măsura în care vom pătrunde această formulă,

• În lucrarea sa Keywords (1983), R. Williams insistă asupra termenului de comun şi asupra înțelesurilor sale. Întrucât multe din informațiile furnizate pot ajuta la înțelegerea considerațiilor de față privind comunicarea, vom relata mai pe larg prezentarea autorului englez.

În engleză, precizează Williams, „common" are o arie largă de înțelesuri. Communis a derivat, alternativ, de la com, together, şi munis, aflat sub obligație, ori de la com and unus, unul. Aceste sensuri s-au contopit common devenind comunitate ceea ce însemna din secolul al XIV-lea „o structură organizată de persoane, de la un grup specific la umanitatea întreagă(p.70).

Interesantă este folosirea foarte timpurie a cuvântului common ca adjectiv şi ca substantiv, the common and common, prin contrast cu lorzii şi nobilimea. Common poate fi folosit pentru a afirma ceva care este împărtăşit sau pentru a descrie ceva care este obişnuit. Este dificil să se dateze,

vom înțelege şi de ce Wiliams îndeamnă să căutăm „o nouă definiție a comunicării", de ce consideră că aşa cum este practicată, comunicarea de masă nu duce şi nu poate duce decât la eşecuri, de ce comunicarea autentică preupune doi poli cu puteri şi cu abilități foarte apropiate, că înainte de a ne încumeta să propunem o teorie a comunicării trebuie să ne reprezentăm foarte limpede ce înseamnă comunitatea şi să încorporăm concluziile noastre în teoria şi, mai ales, în practica activității de comunicare.

Când şi unde comunicarea de masă are succes? În acele sisteme conduse de grupuri restrânse care într-un fel sau altul vor să domine şi se adresează audienței de pe o asemenea poziție. Dar comunicarea de masă „*eşuează şi va continua să eşueze, când eforturile sale de transmitere întâlnesc nu o nesiguranță confuză, ci o experiență structurată şi consolidată*"(1958,p.313). Experiența comună şi structurată este caracteristica esențială a comunității. Şi ea are rolul de a filtra, de a evalua prin prisma intereselor şi valorilor ei diferite mesaje, de a le examina. Deci comunicarea autentică trebuie să definească mai întâi cui se adresează şi care este menirea ei: să transmită mesaje către o audiență pe care o cunoaşte foarte puțin, pe care vrea să o influențeze, potrivit cu scopurile sale, ori să ia în considerație această audiență cu ceea ce are ea în comun, cu experiența ei? Pe de altă parte, comunicarea nu poate evita întrebarea: Cui se adresează? Indivizilor dispersați sau grupurilor, segmentelor sociale? Iar un grup sau o comunitate sunt definite de experiența lor comună. Mesajul nu va da roade şi nu va prinde, dacă nu ține cont de această experiență; dacă urmăreşte să penetreze neapărat mințile celor cărora se adresează şi nu să dezbată o problemă de interes comun cu scopul de a ajunge la o soluție împărtăşită, asumată de cei doi

---

precizează autorul, conotația peiorativă a termenului common, care, după mărturisirea autorului, atunci când a apărut, era foarte firavă. Membrii armatei Parlamentului în războiul civil din sec. XVII-lea, de pildă, au refuzat să fie numiți common soldiers şi au insistat asupra denumirii de private soldiers. Deşi aceeaşi armată lupta pentru the commons (pentru ceea ce s-ar putea numi Parlamentul de atunci). Opțiunea lor este interesantă pentru că au vrut să precizeze că ei erau oameni care îşi aparțineau; deci cum remarcă Williams erau „private soldiers in a common cause". Din această situație relatată pe larg de autor reiese limpede un adevăr: comunul nu exclude privatul, nu-l absoarbe, nu-l dizolvă. Mai mult s-ar putea spune că adevăratul comun implică un nivel privat solid. Ce mai înseamnă comun atunci când totul este comun? Însăşi semnificația sa dispare. Comun semnifică un nivel de existență, de nevoi, de aspirații, de procese, dar nu epuizează existența noastră. Există şi celălalt nivel, la fel de important. Privatul simte nevoia de comun şi comun-ul îşi poate găsi în privat cel mai solid suport.

Apărute din sec. al XVI lea utilizările care înseamnă vulgar, nerafinat şi, în cele din urmă, cele care fixează condiția de low class(clasa inferioară) se accentuează în sec. 19. Formula „cuvântul său a fost foarte comun" (p.71) are o conotație indubitabilă şi acest sens se va extinde. Între timp, alte sensuri, atât neutre cât şi pozitive, se folosesc de asemenea. Oamenii, adesea aceiaşi oameni, spun „este common (deci obişnuit) să mănânci înghețată pe stradă" dar şi „este common să vorbeşti despre nevoia unui efort comun" (p.72), deci despre un efort care trebuie neapărat făcut împreună.

parteneri principali ai oricărui proces de comunicare: cel ce transmite şi cel ce primeşte mesajul•.

„*Eşecul se datorează şi preocupării arogante de a transmite, care se bizuie pe presupunerea că răspunsurile comune au fost deja găsite, şi nu mai au nevoie decât să fie aplicate*"(1958, p.314). Infatuarea sursei şi capcana în care pică ea însăşi, supraevaluîndu-şi importanţa. Ea poate neîndoielnic să continue şi să dezvolte această practică, numai că astfel, bazele comunicării reale se erodează. Apare paradoxul: comunicarea, care prin definiţie presupune doi actori, se reduce la o continuă emitere de mesaje. Comunicarea de masă anulează premisele dialogului cuprins în însăşi denumirea de comunicare. Transmiterea nu poate fi concepută decât ca „o ofertă", care capătă sens în măsura în care declanşează „receptarea şi răspunsul"; altminteri, concepută doar ca difuzare de mesaje, transmiterea nu numai că sărăceşte câmpul comunicării, ci poate chiar să-l epuizeze.

„Receptarea activă" şi „răspunsul viu" depind, la rândul lor, de experienţa comunităţii şi de calitatea acesteia. „*Ceea ce ne lipseşte este experienţa comună autentică*"(Ibidem, p.317) care nu mai apare decât în momentele de criză. În alţi termeni, comunicarea autentică suferă pentru că însăşi comunitatea înregistrează un declin vizibil; prin urmare şi trăsătura ei esenţială - experienţa comună. Cea care ar avea rolul fundamental în conturarea unei audienţe active şi a unui răspuns viu, experienţa comună se află ea însăşi în suferinţă. Iar procesul de comunicare, cel care ar fi vital interesat în revitalizarea acestei experienţe şi implicit a comunităţii afectează poate cel mai mult bazele unui dialog şi ale dezvoltării şi împărtăşirii unei experienţe comune. Se accentuează ceea ce literatura de specialitate contemporană numeşte „relaţie asimetrică".

• În aceeaşi lucrare, Keywords, Williams face o serie de consideraţii instructive cu privire şi la devenirea termenului de comunicare. Communication în sensul său modern cel mai general, precizează el, a fost prezent în limbă din sec. al XV-lea; „communicate" însemna a transforma ceva în bun comun, a împărtăşi (make common to many, impart). Comunicare a desemnat în primul rând această acţiune şi, apoi, din sec. al XV-lea, obiectul a devenit comun: „a communication". Aceasta a rămas principala întrebuinţare. Din sec. al XVII-lea a avut loc o importantă extensie a înţelesului acestui cuvânt, cu deosebire în asemenea formulări precum linii de comunicaţii. În perioada de dezvoltare a drumurilor, canalelor şi căilor ferate, communication*s* a fost adesea termenul general şi abstract pentru asemenea facilităţi. De-abia în secolul XX, o dată cu dezvoltarea altor mijloace de transmitere a informaţiei şi de menţinere a contactului social, comunicare a ajuns să se refere într-un mod predominant la media, ca presă şi broadcasting, deşi acest sens (care a apărut mai repede în SUA decât în Marea Britanie) nu este folosit înainte de secolul 20. Industria comunicării, cum este numită acum, este distinctă de industria transportului: comunicarea se referă la informaţii şi idei prin intermediul presei scrise şi broadcastingului; transport pentru deplasarea la distanţă a persoanelor fizice şi a bunurilor.

În controversele actuale, este folositor să amintim înţelesul original al substantivului care se referă, pe de o parte, la a transmite, proces unidirecţional, şi a împărtăşi idei comune sau reciproce. (p.72). Astfel, apare distincţia în asemenea formulări contrastante, precum comunicarea manipulativă şi comunicarea participativă(p.73).

Pentru a-şi preciza şi mai limpede poziția, Williams nu este de acord cu formula „comunicare de masă" din motivele pe care le-am menționat mai sus şi propune termenul de „comunicare culturală", deoarece scopul ei nu este să convingă de ceva anume, ci, să dezbată, să idei, să solicite opinii, într-un cuvânt să propună abordări care să antreneze şi, în felul acesta, să creeze un humus psihologic atât de necesar revitalizării comunității şi creării condițiilor pentru o cumunicare autentică. Vom avea o asemenea comunicare, pare a spune autorul, când vom avea comunități autentice. Ceea ce pare puțin probabil, pentru că primul factor care lucrează pentru dezagregarea acestei experiențe comune este chiar comunicarea de masă. „*Avem nevoie de o cultură comună nu de dragul unei abstracții, ci pentru că nu vom putea supraviețui fără ea*"(1958, p.317), avertizează autorul.

Tema comunicării este reluată atât în The Long Revolution (1961) cât şi într-o lucrare de sine stătătoare Communications (1962). În ultima lucrare, republicată în 1966, ediția la care am avut acces, autorul precizează cu un regret pe care nu îl poate reprima "*Problematica acestei cărți, comunicarea culturală, este încă denumită comunicare de masă*"(1966, p. 15).

4.2. Modele de comunicare şi infrastructura lor instituțională

În lucrările ulterioare întâlnim trei accente care dezvoltă şi întregesc viziunea despre comunicare. Este vorba, în primul rând de importanța acestei activități. Privită mult timp ca un late comer, comunicarea nu s-a buburat de la început de un sens clar. Într-o filiația de netăgăduit cu Şcoala de la Chicago, autorii Studiilor Culturale Britanice dezvoltă ideea importanței cardinale a comunicării într-o societate modernă. Tradițional, spune Williams, societatea este privită din perspectivă politică – şi în acest caz accentual cade pe structura de putere - guvern, parlament etc; din perpsectivă economică şi în acest caz accentul pică pe proprietate, pe producție, comerț etc. Astfel, în mod inerțial societatea este privită doar ca relații de putere, de producție, de proprietate. Lipseşte într-un fel ceea ce leagă toate acestea laolaltă, experiența socială, bagajul de cunoştințe, acumulările istorice într-un domeniu sau altul, tot ceea ce istoria a conservat şi fixat în reguli, norme şi care ne învață şi ne orientează atitudinea, comportamentul. De aceea, perspectivele menționate mai sus, economice, politice, se cer împletite cu o altă perspectivă, cea a comunicării. În esența ei, "*societatea este o formă de comunicare prin intemediul căreia experiența este descrisă, împărtăşită, modificată şi conservată*"(1966, p.18).

Williams nu dezvoltă această idee, dar este limpede că experiența istorică are o semnificație cu totul specială inclusiv pentru domeniul

politic şi economic; că modul în care o societate îşi organizează şi îşi foloseşte experienţa este un semn de înţelepciune; de asemenea, că raportul dintre experienţa istorică deja fixată şi inovarea, regândirea, îmbogăţirea ei rămâne un semn de modernitate şi de menţinere în pas cu spiritul vremii.

Există, în opinia autorului englez, două modalităţi de a deforma importanţa din ce în ce mai mare a comunicării în viaţa societăţii moderne. Cum procesul ca atare nu poate fi negat, se recurge la un procedeu oarecum clasic de a-i distorsiona potenţialul. Mijloacele de comunicare sunt folosite abuziv, fie în scopul exercitării unui control politic (toate formele care sunt asociate cu propaganda, cu influenţarea oamenilor, pornind de la un interes exterior lor), fie în vederea obţinerii unui profit comercial, prin dezvoltarea publicităţii. În ambele cazuri, avem de-a face cu o utilizarea a acestor mijloace în alte scopuri decât amplificarea posibilităţii de a învăţa, de a schimba idei şi experienţe, de a conecta oamenii la rigorile epocii în care trăiesc.

A doua modalitate este prezentarea activităţii de comunicare drept "secundară", întrucât ea ar trebui să se raporteze la ceva existent, la realitate, că prima, în ordinea importanţei, este această realitate după care urmează comunicarea despre această realitate. Mai întâi viaţa şi apoi evaluările şi analizele acesteia. Williams relevă că noi degradăm esenţa comunicării şi a proceselor pe care le implică acceptând formula de activitate secundară. "*Ea este, în sine, o cale majoră în care realitatea este continuu modelată şi schimbată. Ceea ce numim societate nu este numai o reţea de procese economice şi politice, ci şi un proces de învăţare şi comunicare"*(1966, p.19). În alţi termeni, experienţa nu este ceva care ne vine "împachetată" din istorie. Experienţa este continuu structurată şi restructurată. Experienţa înseamnă şi procesele actuale pe care le descifrăm şi le "învăţăm". Nu pot fi separate două activităţi, două procese care sunt concomitente. Prin urmare, prezentarea comunicării ca activitate secundară trădează o neînţelegere: experienţa este permanent modelată şi nu putem despărţi aceste două procese care sunt, de fapt, concomitente.

O altă dimensiune nouă a definirii comunicării este cea legată de infrastructura sa tehnică, instituţională, şi, strâns legat de aceasta, problema modelelor de comunicare. Să-l ascultăm pe Williams. "*Înţelegem prin comunicare instituţiile şi formele prin care idei, informaţii şi atitudini sunt transmise şi primite. Înţelegem prin educare procesul de transmitere şi receptare*"(Ibidem, p.17). Să remarcăm, deci, menţionarea instituţiilor, aspect fundamental când vorbim de comunicare culturală. Procesul de transmitere a ideilor, cunoştinţelor, experienţei, are loc pe baza unor modele comunicaţionale. La un moment dat, societatea îşi dă seama că aceste modele nu mai corespund, că sunt depăşite. Începe

un efort de schimbare a modelelor, care, cum precizează Williams, nu este deloc mai puțin important decât prefacerile din domeniul economic şi social. Pentru că prin model se optimizează procesul de schimb de idei şi experiențe, se deschide societatea către realitate. Schimbarea acestor adevărate pattern-uri este însă mai dificilă, pentru că modelele respective sunt întruchipate în anumite instituții, sunt asimilate la nivel organizațional. A lupta în contra acestor modele înseamnă inclusiv a lupta împotriva instituțiilor care le întruchipează şi le răspândeşte din punct de vedere social.

Williams oferă un exemplu edificator, influența modelului convențional al structurii de clasă din Marea Britanie, model care împarte populația în grupe: "upper", "middle" şi "lower"; modelul a funcționat şi în domeniul educației unde cele trei grupuri distincte au fost reduse la două, lucru care devine vizibil şi în domeniul presei: "de calitate" şi "populară". Cum remarcă şi autorul, situațiile din familii, din grupuri sociale mai mici sau mai largi nu sunt aşa de puternic stratificate, cum pare a sugera formula amintită. Cercetări de specialitate au arătat acest lucru şi au semnalat mobilități semnificative, prefaceri, schimbări, care estompează granițe altădată foarte clare. Era un timp când conținutul comunicării în această privință reflecta o realitate. Astăzi, acest conținut nu mai reflectă actuala distribuție şi stratificare socială. Cu toate acestea, el se menține dincolo de realitatea proriu zisă, am spune chiar în ciuda unor prefaceri evidente intervenite în realitatea propriu zisă. De ce?

Comunicarea de orice tip se bizuie pe un element de convenție, în cazul de față împărțirea în presă "de calitate" şi "populară". Sunt formule, scheme care pot fi foarte uşor învățate şi care, o dată însuşite, ne constrâng să privim realitatea prin "ochelarii" reprezentați de aceste formule. "Masele" sunt asociate în acest caz cu publicații care relatează despre crime, sex, divertisment, filme, sport, iar "minoritatea" cu acele publicații care prezintă politica tradițională, arta "înaltă" etc. Această inerție a modelului comunicațional care persistă, în ciuda prefacerii din realitatea propriu zisă, este problema care pe noi, ca specialişti, ne interesează. Pentru că, în acest caz, modelul nu mai descrie adecvat o realitate. Mai mult, ne face să privim şi să apreciem o realitate într-un anume fel care nu mai este adecvat. Lucru sesizat cu acuitate de Williams. "*Este o problemă de discutat dacă "masele" şi "minoritatea" sunt realități sociale inevitabile sau dacă nu sunt modele comunicaționale care, în parte, creează şi consolidează situația pe care, aparent, doar o descriu*"(1966, p.96). Problema centrală pe care o ridică autorul este: cum putem preface această situație la nivelul mass media, la nivelul comunicării de masă. Pentru că aceste domenii sunt cu deosebire afectate de rutină, de formulele omologate, de convenții acceptate. Williams consideră că dezvoltarea şi schimbarea aşa cum apar ele în viața

reală, asimilarea acestora la nivel conceptual, lupta pentru schimbarea reprezentărilor noastre în acord cu schimbările din viața reală este problema centrală a discuției noastre. Dacă ai o idee fixată despre mase nu poți să iei în considerație evoluția şi schimbarea maselor. Pe de altă parte, mass media confirmă în cea mai mare parte ideile deja structurate. De aceea, multe din ideile şi preferințele noastre sunt condamnate să rămână potențiale.

În sfârşit, un al treilea aspect priveşte agravarea acestei probleme prin viteza cu care se dezvoltă inovația tehnologică. De ce? Inovația pretinde utilizarea ei socială. Inovațiile nu se fac pentru a figura în anumite rapoarte. Utilizarea inovației înseamnă schimbarea şi remodelarea instituțiilor, permanentizarea acestei înnoiri. Numai că instituțiile au la bază modele instituționale mai vechi, exprimate deja în atitudini larg împărtăşite, în modele de comportament etc. Şi pot manifesta reticență față de inovație şi utilizarea ei socială. Ia naştere o situație paradoxală care poate conduce la blocaje. Chiar la crize. În interpretarea lui Williams, aceasta a şi fost explicația crizei din Marea Britanie în deceniile postbelice. "*Criza în comunicarea modernă a fost cauzată de viteza invenției şi de dificultatea de a găsi instituțiile potrivite pentru ca aceste mijloace tehnice să fie folosite*" (Ibidem, p. 20).

Autorul îşi dă seama că prioritatea societății moderne este asigurarea unui echilibru între ideile noi şi cele existente. Dacă nu vom controla procesele de rutină, dacă vom lăsa comunicarea de masă să consolideze modele vechi, să stereotipizeze atitudinile noastre culturale, atunci punem în pericol nu numai evoluția normală a societății, ci chiar tradiția acesteia. Pentru că standardizarea excesivă nu mai stimulează nimic, în afara unei acceptări nediferențiate. "*Nimic nu te bucură şi nimic nu îți atrage atenția, ci totul este doar o trecere de timp. Într-o asemenea atmosferă sufocantă, marea tradiție nu poate trăi*"(Ibidem, p.106)

Critica poate fi oricât de severă, dar ea nu foloseşte decât dacă se conturează o alternativă. Din punctul de vedere al autorului, alternativa ar consta într-o radicală înnoire a instituțiilor cu atribuții în domeniul cultural şi comunicațional. Pentru că instituțiile întruchipează modelele de care am vorbit. Ca şi în The Long Revolution, Williams vorbeşte de un proces de "eliberare umană" prin intermediul unei "revoluții culturale", care ar avea o importanță similară cu revoluția industrială şi cu edificarea democratică a societății moderne. Întrucât formula ca atare este compromisă de practici ulterioare, nu ne rămâne decât să subliniem preocuparea autorului englez pentru o radicală înnoire a instituțiilor culturale şi media. Instituțiile întruchipează modele culturale şi fără examinarea modalităților de a modela şi remodela asemenea instituții, care pot fi înțelese ca adevărate "noduri"ale comunicării şi generatoare de modele atitudinale.

Deşi preocupat în primul rând de probleme culturale, Williams descoperă continentul comunicării asupra căruia se apleacă atent, ataşat ideii de interdisciplinaritate pe care a promovat-o împreună cu ceilalți reprezentanți ai SCB. Nu este o descoperire întâmplătoare, ci presupusă de efortul său de a explica societatea britanică postbelica şi de a construi o nouă viziune despre cultură. Dacă înâlnirea cu domeniul comunicării ar fi fost oarecum întâmplătoare sau exterioară preocupărilor sale intelectuale ar fi rezultat o serie de considerații de circumstanță. Analiza comunicării intreprinsă de Williams este substanțială şi cu elemente de originalitate de nimeni puse la îndoială. Este cea mai bună dovadă că domeniul comunicării face parte organică din structura societății contemporane. Nu ne mai putem ocupa de descifrarea acestei societăți fără să luăm în considerare şi comunicarea, iar demersul lui Williams este exemplar.

4.3. Broadcastingul ca putere a lumii moderne

O dovadă în plus a acestui ataşament de substanță este faptul că peste aproximativ zece ani, Williams revine asupra problemelor de comunicare într-o lucrare de sine stătătoare: Television, Technology and Cultural Form, (2003, first published in 1974). La începutul volumului, Williams redă o situație pe care a trăit-o la începutul anilor 70. Urma să beneficieze de un stagiu de cercetare de un an de zile la Departamentul de Comunicare al Universității Stanford. Pentru a ajunge în SUA alesese calea maritimă. Iată relatarea: „*Într-o noapte la Miami, încă ameţit după o săptămână de călătorie cu vaporul peste Atlantic, am început să mă uit la un film şi de la început am avut anumite dificultăţi în a mă adapta la prea mare frecvență a „întreruperilor" pentru reclama comercială. Şi totuşi aceasta s-a dovedit o problemă minoră comparativ cu ceea ce s-a întâmplat după aceea. Scene din alte două filme, care urmau să fie prezentate pe acelaşi canal, dar în serile următoare, au început să fie înserate tot ca un gen de reclamă (as trailers). O crimă din San Francisco (subiectul unui film original) a început să opereze ca o extraordinară contrapondere (counterpoint) nu numai la deodorante şi reclame comerciale, ci la întâmplări romantice din Paris şi apariția unui monstru preistoric care a devastat New York-ul...Încă nu pot fi sigur ce am reținut din acest flux neîntrerupt. Sunt sigur că am înregistrat câteva incidente care au avut loc în film şi câteva personaje din reclamele publicitare presărate de-a lungul episoadelor peliculei în ceea ce a ajuns să mi se pară – peste toate aceste disparități bizare – un unic şi iresponsabil flux de imagini şi sentimente*" (p. 92).

Este probabil şi paragraful cel mai des citat şi, poate, cel mai cunoscut al acestei cărți. O contribuție a avut şi relatarea în ton reportericesc a şocului trăit. În California, unde „viața era extrem de cuminte şi liniştită", Williams a avut timp să mediteze şi să caute răspunsuri şi explicații la ceea ce văzuse. A urmărit programele de televiziune americane, uneori toată ziua. Pentru că erau şase canale de televiziune (dintre care numai unul era public) care emiteau zi şi noapte. Diferența dintre ceea ce se prezenta pe rețelele comerciale de televiziune din America şi ceea ce ştia autorul despre programul postului public de televiziune din Marea Britanie era izbitoare. Paragraful de care am amintit este atât de mult citat şi pentru că situația pe care o înfățişează a reprezentat un punct de plecare pentru o ideea teoretică: fluxul neîntrerupt al programelor de televiziune.

Prima contribuție a lucrării este chiar viziunea sa culturală asupra televiziunii, care apare cu atât mai importantă cu cât este formulată într-un context de vizibil triumf tehnologic, în care progresul apărea ca o înlănțuire de invenții. Fără a neglija latura tehnologică a oricărei mari prefaceri din viața oamenilor, Williams se concentrează pe resorturile sociale ale progresului tehnologic, pe problemele de ordin politic, economic, social care, la un moment dat, au luat forma unor cerințe, a unor nevoi sociale presante. Tehnologia a fost răspunsul la asemenea nevoi. În această lumină este concepută lucrarea, autorul propunându-şi să analizeze „*televiziunea ca o tehnologie culturală particulară şi să privească dezvoltarea ei, instituțiile sale, formele şi efectele sale în această dimensiune critică*" (p.3).

Spre deosebire de celelalte tehnici comunicaționale, broadcasting-ul prezintă o particularitate distinctă. Din punct de vedere social, radioul şi, mai târziu, televizorul corespund unei epoci de mare mobilitate şi de adâncire a complexității sociale. Era nevoie de un mesaj venit de la centru, dar care să răspundă şi acestei mobilități, să „urmărească" persoanele în mişcare, să asigure un „consum individualizat, sau „privatizat", cum spune autorul. Aici nevoia socială s-a întâlnit în mod fericit cu o particularitate a dezvoltării tehnologice de ansamblu. În anii 20, avem de-a face cu un gen de cotitură în dezvoltarea tehnologică. Până atunci trendul principal era reprezentat de tehnologiile publice: căi ferate, iluminat public etc. Din acel moment, se dezvoltă tehnologiile destinate unei folosiri de tip individual: automobilul, motocicleta, radioul etc. De această tendință se foloseşte broadcastingul. Ceea ce a generat particularități, dar a indus şi un tip de paradox al acestei tehnologii comunicaționale. Particularitatea constă în faptul că mesajul este central dar consumul individualizat. Este o tehnologie „ *care a răspuns unui tip de existență în acelaşi timp mobilă şi centrată pe locuință: o formă de*

privatizare mobilă. Broadcasting-ul în formele sale aplicate a fost un produs social al acestei tendințe distincte”(p.19).

Să ne amintim de noaptea petrecută de autor la Miami. Să ne întrebăm de ce şocul a fost aşa de mare? Pentru că, în primul rând, aşteptarea era diferită. Pe ce se întemeia o asemenea aşteptare? Pe experiența autorului în legătură cu emisiunile televiziunii publice din propria țară, BBC. În acelaşi timp, pe experiența acumulată în legătură cu mijloacele, să le spunem clasice, de comunicare în masă. Oamenii cumpără un ziar, merg la o piesă de teatru, la un concert, la un miting sau la un meci de fotbal cu o singură şi predominantă aşteptare. Sunt evenimente distincte care induc aşteptări distincte.

Principala caracteristică a fluxului neîntrerupt propus de către televiziune este continuitatea sa, faptul că elemente disparate, sau pe care noi le percepeam ca disparate, sunt unificate într-un flux neîntrerupt. Aici descoperă Williams specificitatea televiziunii, în această funcție unificatoare, chiar dacă, aşa cum mărturiseşte, nu poate oferi o explicație convingătoare privind mijloacele prin care această experiență unificatoare este îndeplinită. Prefacerea esențială a avut loc atunci când s-a trecut de la programarea anumitor secvențe, care păstra specificitatea emisiunilor şi granițele dintre ele, la înlănțuirea sub formă de flux (p.89), când conceptul de interval a fost complet reevaluat, de fapt înlocuit de reclame publicitare, când emisiunile de sine stătătoare au fost „sparte” pentru a face loc fie reclamelor, fie anunțurilor despre alte emisiuni. Totul a luat forma unui show. „*Ceea ce se oferă nu este, aşa cum eram obişnuiți, un program compus din secțiuni separate, înserate într-un anume fel, ci un flux planificat, în care înlănțuirea reală nu este cea pe care o găsim publicată în ghidurile radio – tv, ci o înlănțuire transformată prin înserarea altei înlănțuiri, astfel încât acestea compun, împreună, un autentic flux, fluxul broadcasting. Tot mai frecvent, posturile de televiziune, atât publice cât şi private, au adăugat un alt tip de înlănțuire - anunțurile referitoare la programe ce urmează a fi difuzate, în aceeazi zi sau chia în alta – sau sinteza ştirilor. Această opțiune a fost îmbrățişată în condițiile intensificării competiției, când este important ca producătorii din audiovizual să rețină atenția publicului sau, aşa cum se exprimă ei, să îi „capteze” pentru tot restul serii. Iar o dată cu unificarea acestor două sau trei înlănțuiri diferite, ia naştere un nou tip de comunicare, care trebuie recunoscut ca atare*”(p.91).

Această înlănțuire neîntreruptă prilejuieşte o percepție similară din partea telespectatorului. Faptul că dispunem de televiziune acasă şi că o putem utiliza în fiecare moment, relevă Williams, „*încurajează audiența să o considere ca pe un flux nediferențiat. Telespectatorii par nu atât să privească la diferite programe de televiziune, ci, simplu, să privească la televizor*”(p.95). Poate această realitate, precizează Andrew Crisell, în

zilele noastre, explică faptul că în timp ce ziarele au critici de specialitate, de teatru, de film, critici literari, televiziunea apelează la „critici de televiziune”(2006, p.4).
Dacă principala caracteristică a fluxului este continuitatea, caracterul neîntrerupt, principala consecință este aceea că amputează serios posibilitatea de selecție. La un moment dat, nu ştii dacă filmul este mai important sau reclamele pe care le prilejuieşte. Posibilitatea de selecție s-ar putea manifesta între diferite posturi. Ceea ce este adevărat, dar toate posturile lucrează pe baza aceluiaşi flux planificat. „*Acest fenomen al fluxului planificat este poate caracteristica definitorie a broadcasting-ului, simultan ca tehnologie şi ca formă culturală*”(p.86).

Fireşte că sunt interpretări care definesc, dimpotrivă, programele de televiziune prin secvențialitate şi nu prin flux. Fireşte că sunt multe alte interpretări care contrazic sau completează ceea ce a spus Raymond Williams. Cum remarca şi Roger Silverstone (Roger Silverstone, Preface, p.X), prin ideea de „flux neîntrerupt”, de particulară instituționalizare a culturii, ca şi prin conceptul de „mobile privatisation”, Williams rămâne un autor de primă mărime în cercetările asupra televiziunii.

4.4. Un răspuns culturaliceşte mai bogat

Deliberat am insistat asupra unui autor, Raymond Williams, în ceea ce priveşte viziunea despre comunicare, pentru că, cel puțin pentru prima etapă de afirmare şi dezvoltare a SCB, este de departe cel mai semnificativ. Aşa cum pentru a doua etapă, Stuart Hall pare a fi personalitatea care reprezintă cel mai bine orientarea. Să menționăm mai întâi faptul că sfârşitul anilor 50 şi începutul deceniului următor rămân ca o perioadă de intense preocupări în domeniul comunicării, materializate în apariții editoriale semnificative. În acelaşi an cu lucrarea Culture and Society mai apar lucrările lui Hannah Arendt The Human Condition şi Aldoux Huxley Brave New World Revisited. În 1961, vede lumina tiparului The Long Revolution pentru ca, un an mai târziu, să fie publicate lucrările lui Habermas Structural Transformation of the Public Sphere şi, din nou, o lucrare a lui Williams - Communications. Pentru a nu mai aminti că în anii 50 a avut loc o dispută pe probleme de comunicare între Lazarsfeld şi C. Wright Milton, iar în anii 40 o dispută asemănătoare a avut drept protagonişti pe Lazarsfeld şi Adorno. Dorim să subliniem astfel că temele comunicării suscitau deja interes în lumea ştiințifică iar în momentul apariției primei lucrări a lui Williams aveam deja conturate o serie de perspective clare cu privire la comunicare. Era, cum vă amintiți din cursurile anterioare, perspectiva empirică simbolizată

de Paul Lazarsfeld şi perspectiva critică fundamentată de către Horkheimer şi Adorno în lucrarea Dialectic of Enlightenment.

Semnificaţia majoră a lucrărilor de început ale lui Williams este că „regândeşte înţelesul politic, social şi cultural al mass media" (John Durham Peters, 2003, p.219), conferă o nouă perspectivă de interpretare a comunicării, diferite de cele menţionate mai sus. S-ar putea chiar spune că Williams mediază într-un fel între viziunea critică şi cea empirică şi prefigurează o soluţie de depăşire a diviziunii. Autorul englez critică, după cum am văzut, comunicarea de masă, conceptul de masă, ca şi Şcoala critică dar, spre deosebire de aceasta recunoaşte valoarea culturală a formelor noi, de la mass media până la divertisment. Este împotriva standardizării, mai ales atunci când este vorba despre comunicare, dar nu consideră că audienţa ar prelua necritic înţelesurile cuprinse în produsele culturale înseriate şi promovează paradigma audienţei active pe care o vor dezvolta reprezentanţii de mai târziu ai SCB. Chiar dacă Williams nu o spune deschis, ceea ce va apărea mult mai limpede în lucrările din cea de-a doua parte a SCB, audienţa este parte a unui proces de modificare a sensului, de construire a înţelesului.

Când Şcoala empirică vorbeşte despre canale, influenţe, grupuri primare, Williams subliniază importanţa comunităţii şi a experienţei sale structurate. Cu alte cuvinte, preocupării pentru efecte, pentru studierea modului cum media pot forma convingeri, Williams le opune un răspuns „culturaliceşte mai bogat" ; convingerile nu se pot forma din nimic şi, oricum, nu pot lua naştere doar în urma unui proces de transmitere. Comunicarea de masă, spune el, „*eşuează şi va continua să eşueze, când eforturile sale de transmitere întâlnesc nu o nesiguranţă confuză, ci o experienţă structurată şi consolidată*"(1958,p.313). Poziţie limpede care conturează o altă viziune despre comunicare în care nu avem de-a face doar cu două peroane, ci cu două lumi, cu două tipuri de experienţe sociale. De aceea, comunicarea adevărată presupune semnificaţii, înţelesuri şi, am spune noi, coduri. Nu este de mirare că dezvoltarea concepţiei despre comunicare se face, în cadrul SCB, pe acest aliniament. Exprimat foarte bine de către Stuart Hall. „A spune că două persoane aparţin aceleiaşi culturi înseamnă a spune că ele interpretează lumea cam în aceleaşi feluri şi că se pot exprima pe ei înşişi, gândurile şi simţirile lor despre lume, în modalităţi care să fie înţelese de fiecare dintre ei. Astfel, cultura se bizuie pe cei care interpretează ce se întâmplă în jurul lor şi „creează sens" pentru această lume, în cele mai asemănătoare modalităţi". De aceea, vom insista în continuare asupra creaţiei lui Stuart Hall, pentru că el exprimă cel mai fidel dezvoltările conceptului de comunicare la sfârşitul anilor 70 şi începutul deceniului următor.

5. Stuart Hall: rolul codificării şi decodificării

5.1. „*Aberanta decodare*”. În Introducere la lucrarea Communication, Cultural and Media Studies, The key concepts(2002), John Hartley semnalează un lucru interesant. La începutul anilor 60, Umberto Eco iniţiază o cercetare cu privire la particularităţile mesajului de televiziune. Considerată o încercare de pionierat în aplicarea semioticii la studiul comunicării de masă, cercetarea pune în lumină o dicordanţă, o nepotrivire între ceea ce transmite sursa şi ceea ce înţelege receptorul, fenomen pe care Eco îl numeşte „aberanta decodare”. Ceea ce autorul considera drept un accident în societăţile preindustriale, acum apare cu o frecvenţă mare şi capătă proporţii îngrijorătoare. Pentru că asemenea nepotrivire nu ar trebui să apară decât în anumite situaţii de excepţie:

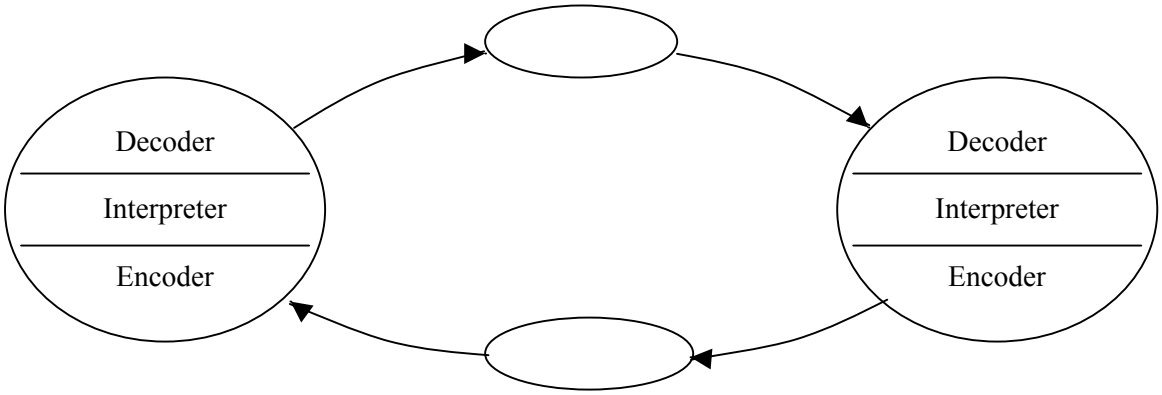
- în cazul în care oamenii nu cunosc limba (ce înţelesuri puteau să atribuie grecii şi, după aceea, celelate popoare ieroglifelor egiptene până când acestea nu au fost descifrate de către Champollion).
- atunci când aparţin unor generaţii depărtate foarte mult în timp (ce înţelesuri puteau să atribuie creştinii medievali artei greceşti şi romane).
- în situaţiile în care oamenii provin din diferite sisteme de gândire şi de credinţe (ce înţelesuri să atribuie turiştii contemporani vitraliilor din catedrale).
- în cazul în care persoanele aparţin unor culturi complet diferite (ce înţelesuri să atribuie reprezentanţi ai rasei albe artei aborigene)

Ceea ce constată cu surprindere Eco este că deşi mijloacele de comunicare, cum ar fi televiziunea, au coduri comunicaţionale, apare acel fenomen de nepotrivire pentru care „decodarea aberantă este norma şi nu excepţia”. Eco propune o cercetare specială pe această temă , care să cuprindă mai multe trepte, să prilejuiască o analiză semiotică a textului şi o analiză sociologică a audienţei, pe baza căreia să se poată aprecia mai exact „puterea ideologică a media şi spaţiul de manevră pe care îl deţin”. Articolul scris de Umberto Eco pe marginea acestei prime cercetări a fost tradus şi publicat în revista Centrului pentru Studii Culturale Contemporane de la Birmingham, în 1972. John Hartley sugerează că este imposibil ca Hall să nu fi cunoscut articolul, pentru că el conducea Centrul în acea perioadă. Pe de altă parte, autorul australian chiar dacă vorbeşte doar de „o sursă de influenţare pentru tezele lui Hall”(Hartley 2002, p.2) este limpede că doreşte un tip de reponderare a contribuţiilor la lansarea acestei teme de real interes pentru comunicare: codificarea şi decodificarea mesajelor.

Chiar dacă a cunoscut articolul şi problema formulată de Eco, chiar dacă articolul publicat i-a accentuat, poate, sensibilitatea față de temă, trebuie recunoscut că perspectiva de analiză şi interpretarea problemei de către Hall sunt diferite. „Codificarea„ şi „decodificarea" nu erau noțiuni noi. Ele fuseseră folosite de către Shannon într-o analiză preponderent tehnică, sub forma:

Sursa -> codificator -> mesaj -> decodificator -> destinatar

în care preocuparea esențială era să fie evaluată acuratețea transmiterii unor semnale de către sursă spre destinatar. Termenii ca atare sunt reluați de către Wilbur Schramm într-o încercare de încorporare a feed-back-ului în activitatea de comunicare.



Ce reproşează Hall acestor analize? Linearitatea – sursă, mesaj, receptor – concentrarea la nivelul schimbului de mesaje şi absența unei concepții structurate privind diferite momente ale acestei structuri complexe de relații.

5.2. „Producția" discursivă şi producția propriu zisă.

Hall îşi propune să aplice la procesul de „producție discursivă" schema folosită de către Marx în interpretarea procesului de producție propriu zisă. Amintim că Marx vorbeşte de câteva momente distincte, dar legate între ele: producția, circulația, distribuția, respectiv consumul, şi reproducția. Ce îl atrage în mod special pe Hall la această schemă? Faptul că fiecare moment are propria autonomie, dar toate sunt legate într-un circuit unitar. De asemenea, este impresionat de elasticitatea legăturilor dintre etape: fiecare dintre ele condiționează într-un anume fel pe cea următoare (fără producție nu poate exista nici circulație, nici consum, sau în alt fel, calitatea producției influențează volumul consumului), dar niciuna nu poate garanta în întregime existența celei următoare cu care este legată. Fiecare etapă are nu numai autonomie în ansamblul procesului, dar şi anumite trăsături distincte: într-un fel se lucrează în producție şi în cu totul altul în circulație; pentru a face referire la domeniul comunicării, structurile care produc mesajele au anumite particularități ale activității, comparativ cu cele care îl transmit.

Similitudinea dintre ceea ce descrie Marx şi „producția" discursivă este, după opinia lui Hall, extrem de instructivă. Obiectul „producției" este în cazul producției de televiziune înțelesul cuprins într-un mesaj. „Dacă nu există înțeles, poate să nu fie consum. Dacă înțelesul nu este articulat, atunci nu există efect"(Hall 2002, p167). Deci şi aici avem aceleaşi legături pe care le-am prezentat mai sus. Avem un „moment" de producție a mesajului, cu toate particularitățile sale, unul de distribuție, care are iarăşi o altă serie de caracteristici, şi unul de receptare, de descifrare a înțelesului. Fiecare etapă este legată de cealaltă, ca şi în producția propriu zisă. Fiecare are autonomia sa, dar două etape se disting prin importanța lor deosebită.

Ca să poată fi transmis pe canalele specifice televiziunii, mesajul are nevoie să fie prelucrat, transpus într-o anumită formă, forma discursivă, iar la celalalt capăt descifrat, spre a putea fi înțeles. Aceste două momente se disting prin importanța lor, determinantă pentru ansamblul activității. Ceea ce la Marx era „procesul muncii", aici este „program" (cu toate etapele sale, de la producerea mesajului, la întreaga structură a unei instituții de broadcasting, la rețelele de transmisie şi infrastructura tehnică), iar producția propriu zisă este construirea mesajului. Acest moment este decisiv, pentru că el reprezintă „punctul de pornire a circuitului" Aşa cum consumul este parte a producției, tot aşa şi receptarea este într-un anume fel „moment al producției", în sensul că momentul acesta influențează direct producția. Deci avem două momente esențiale – producerea şi receptarea mesajului - ambele decisive în cadrul circuitului de ansamblu, pentru că, în cele din urmă, ele dau sens întregii activități; în acelaşi timp, ele sunt diferențiate, procesul de producere a mesajului având o semnificație suplimentară provenită din faptul că reprezintă punctul de pornire al întregii activități. „*Producerea şi receptarea mesajului de televiziune nu sunt, de aceea, identice, dar sunt interconectate: ele sunt momente diferențiate în cadrul unui ansamblu format din totalitatea relațiilor unui proces comunicațional ca întreg*"(Ibidem, p.168).

5.3. Simetrie şi asimetrie în transmiterea şi receptarea mesajului

Acesta este circuitul procesului comunicațional în ansamblu, construit prin similitudine cu procesul de producție. Analiza intreprinsă de Hall cunoaşte un nivel mai adânc, alcătuit doar din elementele specifice unui proces comunicațional. În etapa de producere a mesajului, evenimentul trebuie mai întâi prelucrat, pentru a lua o formă discursivă şi codificat pentru a deveni un discurs cu înțeles. Să presupunem, spune Hall, că avem de-a face cu un eveniment istoric brut. El nu poate fi

transmis ca atare într-o emisiune de televiziune, ci are nevoie să fie prelucrat, transformat într-o „poveste", într-un tip de aranjament specific pentru televiziune. Ce se înțelege prin acest lucru? Evenimentul nu este trădat, nesocotit, în sensul că în viață se întâmplă ceva, iar la televiziune apare cu totul altceva. Ci este vorba de o prelucrare profesională, despre o „citire" a sa într-un anume fel, despre o încadrare într-un context, inclusiv de o „definire" a situației în care a avut loc. Ca să ne reprezentăm şi mai limpede acest moment, să presupunem că două televiziuni transmit acelaşi eveniment. Nu este nici o îndoială că transmisia va fi diferită, diferență care nu rezultă neapărat dintr-o acțiune „deliberată", ci din propriul mod de „citire" a evenimentului de către redactorii şi personalul unei televiziuni sau alteia. Fiecare centru de producție foloseşte un cod şi livrează un mesaj sub o formă discursivă.

La celălalt capăt al circuitului, el trebuie decodificat, pentru că numai în felul acesta se poate obține un efect. „Efect nu are decât înțelesul decodificat"(2002, p. 167). Din punct de vedere al înțelesului, se creează doi poli între care se produce schimbul: polul reprezentat de structura de producție, cel care creează mesajul împreună cu înțelesul acestuia şi structura de recepție, care are iarăşi o serie de particularități asupra cărora vom insista. Este ceea ce autorul numeşte „meaning structures 1", spre a le deosebi de „meaning structures 2", care semnifică momentul şi el foarte important al decodificării mesajului.

Ajuns în acest punct al analizei, Hall semnalează două tipuri de probleme, ambele foarte importante şi care constituie elementele de originalitate ale studiului. Prima este asimetria dintre cele două laturi ale oricărui proces de schimb comunicațional. Aici se află sursa „distorsiunilor", „neînțelegerilor" care intevin în procesul comunicării. Cele două structuri care produc înțeles nu numai că nu sunt simetrice, dar potrivit lui Hall arareori coincid. În mod normal, pentru ca mesajul să fie înțeles ar trebui să fie un gen de simetrie între procesele de codificare şi cele de decodificare. Ambele părți să vorbească aceeaşi limbă. Cum spune autorul, „*gradele de <înțelegere> şi <neînțelegere> în schimbul comunicațional depind de gradele de simetrie / asimetrie în activitatea de codificare şi decodificare*"(Ibidem, p.169). În amontele acestei situații se află o explicație: codurile pe baza cărora se fac atât codificarea, cât şi decodificarea sunt diferite, ceea ce induce o activitate practică diferită în structura de înțelesuri 2 față de structura de înțelesuri 1. De unde provine această diferență între coduri? Din condițiile de existență diferite, aici intrând pregătirea culturală dar mai ales modul cum naturalizează fiecare grup social o serie de condiții ale existenței sale, cum percep o serie de fenomene prin prisma propriei experiențe de viață. Să-l ascultăm pe autor: „*Dar aceasta, la rândul ei,* (n.n. simetria respectiv asimetria activității de codificare şi decodificare) *depinde de gradele de identitate/*

nonidentitate dintre coduri... Neconcordanța dintre codurile propriu zise are mult de-a face cu diferențele structurale dintre broadcasteri şi audiențe şi are de-a face, în acelaşi timp, cu asimetria dintre codurile „sursei" şi „receptorului" în momentul transformării în forma discursivă sau al descifrării acesteia" (2002, p.169).

Semnalarea asimetriei dintre activitatea de codificare şi decodificare, la care făcuse trimitere şi Umberto Eco prin acea formulă „aberanta decodare", este desigur importantă. Hall face un pas mai departe şi vorbeşte despre structura propriu zisă a codurilor, despre înțelesuri dominante şi înțelesuri preferate, despre modul cum lucrează mesajul televizat cu asemenea realități. Fiecare cultură îşi construieşte propriile coduri, care ne ajută să înțelegem lumea, să interpretăm diferite fenomene şi să ne precizăm poziția față de ele. Codurile sunt construite şi acest caracter scapă adesea. Pentru că uneori, cum este cazul codurilor culturale, ele sunt în cea mai mare parte moştenite şi sunt asimilate ca „naturale". Evident când avem de-a face cu mesaje codate prin această prismă, comunicarea nu cunoaşte sincope semnificative: toată lumea este de acord că oamenii sunt egali, că munca trebuie prețuită, că ştiința de carte este o achiziție extrem de importantă etc.

Mesajul transmis prin televiziune este, potrivit lui Hall, polisemic, are mai multe înțelesuri. El prezintă o deschidere la diverse interpretări, dar şi limite ale acestor interpretări. Aici autorul englez introduce formula de *înțelesuri dominante sau preferate*. Asemenea tipuri de înțelesuri sunt importante pentru că nu sunt şi nu pot fi irezistibil impuse sau acceptate (ca în cazul celor culturale; de pildă, un furt va fi univoc condamnat). Când este vorba despre alte fapte, în legătură cu care există diverse puncte de vedere, diverse interpretări, producătorii de televiziune nu mai pot aspira la o decodificare identică, pentru că acest lucru nu mai este posibil. Atunci ei urmăresc doar ca decodificarea să respecte dominantele textului şi să fixeze anumite limite de interpretare a acestuia. Producătorii discursului televizat urmăresc să stabilească „*anumite limite şi anumiți parametri în cadrul cărora să aibă loc decodarea. Dacă nu ar exista limite, audiențele ar putea, smplu, să citească într-un mesaj ceea ce le place"* (2002, p.173).

Care ar fi aceste limite? După ordinea şi ierarhia prefigurate de către valorile culturale, materializată în „ordinea culturală dominantă", cu o viabilitate remarcabilă, urmează un alt tip de ierarhie. Prefigurată de alt set de valori şi opțiuni care nu au importanța celor culturale, dar care au o arie de răspândire şi acceptare destul de mare; sunt valori şi opțiuni care țin mai mult de specificul unei orânduiri sociale, ale unei etape importante de evoluție. Mesajul televizat codifică textul într-un asemenea registru, prefigurând un gen de „lectură preferată", dorită nu numai de către producători, ci împărtăşită, cel puțin într-o anumită măsură, şi de

audiență. În felul acesta mesajul, relevă Hall, contribuie implicit la perpetuarea structurii sociale respective, a ierarhiilor şi opțiunilor sale. „*Când vorbim despre înțelesuri dominante, nu avem în vedere un proces unilateral care guvernează modul în care toate evenimentele vor fi semnificate. El constă într-o <activitate> necesară pentru a obliga, a câştiga plauzibilitate şi a prezenta ca legitimă decodarea evenimentului în cadrul limitei prefigurate de definițiile dominante în care el a fost semnificat*" (2002, p. 172).

5.4. Trei tipuri de decodificare

Contribuția cu totul remarcabilă a lui Hall constă în înțelegerea mai complexă a practicilor de decodificare, care, în ultimă instanță, conduce la conturarea unui alt statut pentru audiență decât cel reținut de cercetarea de specialitate de până atunci. Putem vorbi despre o putere specială cu care autorul englez investeşte receptorul, care nu este obligat să accepte înțelesurile codificate în text, şi să decodifice mesajele aşa cum au fost ele codificate de către producător. Mai mult, el poate propune „lecturi alternative" aceluiaşi text. Ceea ce înseamnă că nu avem de-a face cu o simplă decodificare, deci citire în cadrul codului dat, ci cu ceva mai complex, cu o construcție de înțeles din partea spectatorului. În fapt, Hall consideră că ar exista trei poziții „ipotetice" pe care le-ar cunoaşte activitatea de decodificare.

Prima este lectura „preferată" despre care am vorbit şi care înseamnă o lectură în cadrul limitelor pe care producătorul le fixează descifrării textului. „Telespectatorul operează în cadrul codului dominant" (Ibidem, p.174). Este „comunicarea perfect transparentă", ipostaza ideală a acesteia. În cadrul ei putem distinge pozițiile configurate de codul profesional, care cuprinde reguli de ordonare şi reordonare a materialului, după ce el a fost semnificat în manieră hegemonică. Bucurându-se de o „independență relativă", codul de tip profesional poate opera chiar şi în interiorul codului hegemonic dominant, cu scopul de a optimiza discursul ca atare, de a consolida „calitatea lui hegemonică". Domeniul în care operează codul profesional este cu preponderență tehnic, probleme de imagine şi calitate a acesteia, valoarea ştirilor şi forma prezentării lor dar toate acestea aduc mesajul mai aproape de viziunea şi de exigențele telespectatorului. Când apare un eveniment deosebit, interpretarea sa este dată de elitele politice, economice, militare. Imaginile, prezentarea, succesiunea, formatul țin de codul profesional. Firește că reproducerea semnificației hegemonice a evenimentului nu este din partea profesioniştilor televiziunii un demers „lipsit de contradicții",

dar codul profesional şi codul dominant se află, după opinia autorului, într-un tip de consens strategic.

A doua poziție este reprezentată de ceea ce autorul numeşte „codul negociat", or poziția negociată. În general, audiențele receptează sensurile generale ale textelor şi mesajelor televizate. Mai ales că asemenea înțelesuri constituie un gen de grilă de interpretare, relevă ceea ce anume leagă evenimentele între ele, relevă semnificația lor pentru națiunea respectivă, uneori chiar construiesc pas cu pas o viziune geopolitică. Punctul de vedere hegemonic se caracterizează nu numai prin această propensiune pentru semnificația de ansamblu, ci „el poartă ştampila <legitimității>", atitudine susținută prin asemenea determinative, precum „natural", „inevitabil", „de la sine înțeles". Activitatea de decodare în cadrul acestei variante „conține un amestec de elemente adaptative şi opoziționale"(p.175). Ea recunoaşte legitimitatea definițiilor hegemonice, dar atunci când este vorba de aplicarea acestora la mediul de existență al audienței, aceasta are tendința să-şi construiască propriile reguli sau, cum spune Hall, să „opereze cu excepțiile de la regulă". Acceptă din punct de vedere formal semnificația de ansamblu a interpretării hegemonice, dar îşi „rezervă dreptul de a face o aplicare negociată la condițiile locale".

Pentru a fi mai sugestiv, autorul apelează la un exemplu: de pildă adoptarea unei legi care limitează dreptul la grevă. Semnificația de ansamblu a legii este acceptată: interesul național, folosirea timpului de muncă pentru dezvoltare etc. Dar aceasta nu are nici o legătură cu dorința unor segmente ale audienței de a continua greva, de a primi salarii mai mari etc. De fiecare dată este invocată o „logică situațională", care legitimează acțiunea pe plan local, chiar dacă interesele de ansamblu şi interpretarea generală a acțiunii, în cazul de față semnificația la nivel național, nu sunt contestate. Ceea ce ar veni în felul următor „suntem de acord cu legea limitării dreptului la grevă, dar valabilitatea ei să se oprească la poarta companiei noastre". Aceste perspective diferite, aceste logici paralele reprezintă baza poziției negociate. „Presupunem, precizează autorul, că marea majoritate a neînțelegerilor provin din contradicțiile şi disjuncțiile între codificările dominant hegemonice şi decodificările negociate pe baza experienței locale" (p.175). Este şi ceea ce stă la baza formulei mult invocate de „eşecuri ale comunicării".

A treia poziție este conturată de următoarea situație. Este posibil, spune autorul, ca un telespectator să înțeleagă perfect codurile şi semnificația definiției hegemonice dar să „decodifice mesajul într-o modalitate opusă la nivelul semnificației de ansamblu". Operația în această situție este cu mult diferită de cea anterioară. Acolo se menținea interpretarea de ansamblu. Receptorul construia doar alternativa practică pentru contextul precis al existenței sale. În cazul de față avem de-a face cu o operație de extragere a mesajului din codul în care a fost elaborat şi

reîncadrarea lui într-un cod cu totul diferit. Deci un spectator ascultă o dezbatere despre nevoia de a limita creşterea salariilor dar echivalează orice trimitere la „interes național" cu interesul unei clase sau al unui grup. În acest caz, codul ca atare este opus. Din punct de vedere politic, interesează foarte mult cât de răspîndite sunt asemenea tipuri de decodificări. Dacă evenimente „mari" în legătură cu care ar trebui să fie un anumit tip de consens, deci care ar trebui „citite" cel puțin într-un cod negociat vor fi preponderent descifrate într-un cod opus, atunci condițiile unei crize sunt create. Codurile se află în competiție deschisă. Iar disputa pentru „politicile de semnificare" devine foarte strînsă.

5.5. "Adevărată cotitură în studiul receptării"

Un text fără aspirații la o viață ulterioară", spun Michael Gurevitch şi Paddy Scannell ("2003, p.233). Articolul are şi o istorie destul de complicată. El a fost prima dată prezentat în 1973 la un colocviu organizat de către Centrul pentru Cercetarea Comunicării de masă de la Universitatea din Leicester. Un an mai târziu, sub titlul "Encoding Decoding", va fi prezentat la un simpozion al specialiştilor din broadcasting şi studiul audienței organizat la Veneția. Cunoaşte mai multe forme, dar varianta pe care o publică în 1980, şi cea pe care o citǎm, este considerată forma finală. Deşi cel care o parcurge îşi dă seama că şi această variantă are "un caracter provizoriu şi neîncheiat". La publicare s-a menționat că face parte dintr-un proiect mai larg de cercetare a mesajelor televiziunii, dar care nu a fost încheiat niciodată. Anii când materialul este elaborat şi publicat reprezintă o perioadă foarte solicitantă pentru autor. Bibliografia lucrărilor publicate de Hall arată o gamă de probleme extrem de largi. Cert este că Encoding/Decoding reprezintă „una dintre realizările intelectuale majore ale lui Hall în această perioadă"(Colin Sparks, 1986, 72). La o anumită subevaluare a studiului a contribuit şi mărimea sa (10 pagini), faptul că nu este „împovărat" de trimiteri bibliografice şi, pe deasupra, poartă un titlu foarte scurt („două cuvinte despărțite printr-un slash"), cum remarcau Michael Gurevitch şi Paddy Scannell. Şi, totuşi, articolul a avut o viață ulterioară foarte interesantă şi el este astăzi considerat nu numai una din realizările majore ale autorului în acea perioadă extrem de febrilă, ci realizarea sa cea mai importantă în analiza comunicării şi, am spune, studiul care fixează cu cea mai mare fidelitate contribuția SCB la studiul comunicării: descoperirea audienței active. Este adevărat că analiza este ajutată mult şi de formule sugestive – cod negociat, cod dominant, cod opus – care astăzi au intrat în limbajul comun al specialiştilor. Ceea ce spune ceva.

Această traiectorie am putea spune spectaculoasă poate fi explicată prin trei factori. În primul rând, valoarea intrinsecă a studiului. Spre deosebire de Shannon, autorul englez nu este preocupat de absența simetriei. Dimpotrivă, el consideră că momentul receptării are autonomia sa în raport cu înțelesul codificat, că procesul receptării are, potrivit lui, „propria viață şi putere" (Michael Gurevitch şi Paddy Scanell 2003, p. 239). Hall se detaşează limpede şi de poziția semiotică potrivit căreia textul codificat are puterea lui şi că înțelesul puternic impregnat în text va induce o lectură dacă nu identică, măcar apropiată. În varianta finală a articolului publicat în 1980, cel pe care l-am avut şi noi în vedere, se concentrează cu deosebire pe puterea audienței.

Pentru că suntem la un curs de istorie, va trebui să recunoaştem că audiența este descoperită chiar de către orientarea empirică americană. Întrebarea este ce fel de audiență? Identificăm astfel contribuția majoră a autorului englez. "Audiența" relevată, de pildă, de teoria utilizărilor şi recompenselor era una care putea să aleagă între mesajele care i se ofereau. Nu mai mult. La Hall, audiența este investită cu două caracteristici: ea poate să accepte, dar poate şi să negocieze sau chiar să respingă mesajul şi, o dată cu el, chiar codul în care a fost conceput. Ea poate face acest lucru pentru că nu se mai mulțumeşte să aleagă între două variante, ci construieşte ea înțelesul, şi chiar un cod opus celui primit. Audiență activă avem şi în viziunea empirică şi în cea a SCB. Diferența între înțelesul uneia şi al celeilalte este enormă. Iar marcarea acestei diferențe este meritul lui Hall şi al SCB în ansamblu. Cu o audiență aşa cum este ea definită de către Hall, câmpul comunicării în ansamblu se reconfigurează. Producătorii de mesaje, specialiştii din broadcasting, din presa scrisă, din celelate mijloace de comunicare, trebuie să țină cont de acest lucru: audiența care nu numai primeşte, ci răspunde reconstruind înțelesuri şi chiar coduri.

Un al doilea element explicativ îl constituie contextul favorabil preocupărilor exprimate în Encoding/Decoding. Cum spuneau şi Michael Gurevitch şi Paddy Scannell, durabilitatea unui text nu constă "numai în proprietățile sale imanente", ci şi în ceea ce întâlnim în afara lui – probleme, întrebări, angajamente – care într-un anume fel "cheamă textul la viață", îl țin în actualitate. Într-adevăr, putem considera că studiul la care ne referim a beneficiat şi de un context marcat de foarte multe preocupări legate de audiență. Dezvoltarea spectaculoasă nu doar a broadcasting-ului, ci şi a campaniilor electorale, lucru menționat mai puțin, intensifică preocupările privind audiența, modul cum percepe, prelucrează mesajul, cum răspunde diferitelor încercări de a o influența. Preocupările de care am amintit – reale – s-au corelat cu valoarea intrinsecă a studiului. Un context favorabil nu poate ține la suprafață ceva decât pentru o scurtă perioadă de vreme. Dacă am explica actualitatea

studiului Encoding/Decoding doar prin intermediul contextului ar însemna că îl reducem la importanța unei mode trecătoare. Ceea ce nu este în nici un fel cazul.

5.6. O contribuție trebuie judecată şi prin ceea ce declanşează

În sfârşit, după părerea noastră, o creație trebuie judecată şi prin ceea ce a declanşat sau a amplificat ca preocupări şi direcții de cercetare. În cadrul Centrului pentru cercetarea culturii contemporane, studiul lui Hall a produs o puternică impresie şi un gen de emulație de a continua într-un fel sau altul cercetarea. Mai ales că profesorul Hall era foarte apropiat de studenți şi foarte apreciat de viitorii specialişti. Doi dintre aceştia care activau în cadrul subgrupului pentru studiul media – Charlotte Brundson şi David Morley – şi-au propus să testeze aprecierile de bază cuprinse în Encoding/Decoding şi au inițiat o cercetare concretă a codurilor folosite pentru un program de mare impact al momentului, *Nationwide.* Concomitent, ei au urmărit şi cum descifrează telespectatorii codurile folosite de producători în elaborarea mesajelor. „Cumpără" asemenea mesaje fără probleme, adoptă o poziție negociată în interpretarea textului sau chiar apelează la o descifrare opusă? Inițial, cei doi studenți şi-au propus să cerceteze toate fazele unui program – momentul producției, deci al codificării propriu zise, textul codificat şi receptarea sa. Cum accesul permis de către BBC a fost limitat, primele două faze nu au mai putut fi realizate cum se cuvine. Cercetarea s-a limitat în cele din urmă doar la faza receptării, urmărind operația de decodare (Turner, 2003, p. 110). Rezultatele au confirmat aprecierile făcute de către Hall, cu mențiunea că cercetarea ca atare nu a fost foarte solidă din punct de vedere metodologic. Am menționat-o mai ales pentru a releva că unul din autori, David Morley, realizează mai târziu o cercetare de sine stătătoare publicată într-o lucrare, în care găsim o raportare critică la investigația finalizată în timpul studenției (Morley, 1986).

Al doilea moment important în dezvoltarea acestei tradiții este publicarea, în 1982, a lucrării lui Dorothy Hobson: Crossroads, The Drama of a Soap Opera. *Crossroads* era o melodramă difuzată în Marea Britanie pe un canal comercial. Diferența, potrivit lui Turner, este că nu a fost o investigație strict academică, autoarea coborând în rândul audienței şi urmărind o serie de episoade alături de persoane din eşantionul studiat. Multe date ale investigației provin din observații directe în timpul vizionării sau din discuțiile „lungi şi nestructurate" care urmau după aceea. Ca şi Morley, Hobson constată că audiențele „lucrează" în diferite feluri cu textul. Hobson mai desprinde două concluzii interesante:

telespectatorii preferă să discute nu despre fiecare episod în parte, ci despre program, despre serial ca atare. Detaliile se estompează şi rămâne linia de ansamblu a acţiunii. În al doilea rând, datorită participării la urmărirea diverselor episoade, descoperă importanţa situaţiei contextuale în care se află telespectatorul în evaluarea textului difuzat. În orice caz, Hobson sintetizează sugestiv relaţia emiţător receptor în cazul mesajelor televizate: „*Comunicarea nu este nicidecum un proces unidirecţional, iar contribuţia pe care audienţa o aduce la Crossroads este la fel de importantă ca şi mesajele pe care producătorii le inserează în program. În acest sens, ceea ce a relevat audienţa la Crossroads este că pot fi tot atât de multe interpretări ale programului câţi telespectatori există. Nu avem de-a face cu un mesaj sau un înţeles intrinsec al întregului film, ci acesta se activează şi începe să comunice când telespectatorii adaugă propriile interpretări ale programului. Cei care critică programul, cei care îl atacă scapă din vedere aspectul vital al atracţiei pe care el o are asupra spectatorilor. Programul este criticat pentru tehnicile inadecvate, fără să se observe că puterea lui stă în intriga sa şi conexiunile pe care aceasta le prilejuieşte cu experienţele spectatorilor*”(Hobson 1982, p.170).

6. Audienţa activă, cea mai importantă achiziţie a SCB

Prin creaţia lor, reprezentanţii Studiilor culturale britanice au dezvoltat o alternativă la paradigma pozitivistă, la orientarea empirică. Referindu-se la diferenţa dintre abordarea „dominantă” şi cea „critică” şi la faptul că, aparent, deosebirea principală era în câmp metodologic şi procedural, Stuart Hall considera falsă o asemenea judecată şi sublinia: „*Aceste diferenţe apar în primul rând în relaţia cu analiza media*”(Hall,1986, p.56). Chiar dacă autorul englez avea în vedere reprezentanţii Şcolii de la Frankfurt, constatarea este perfect valabilă şi pentru Studiile Culturale Britanice. O abordare critică cu privire la societate, la etapa pe care o traversează aceasta, nu se poate să nu aibă şi o viziune diferită despre media. Hall, de pildă, accentuează legătura dintre mass media şi reproducerea înţelesurilor dominante, hegemonice, ca şi rolul presei de a defini, prima un eveniment, ceea ce îi conferă un avantaj enorm în dezbaterile din sfera publică. Hoggart are în vedere o funcţie de dezagregare a vieţii „organice” de altădată, de construire a unor viziuni consumeriste, considerate de către autor false şi lipsite de orizont. Williams caracterizează mult mai complex procesul de comunicare, accentuând importanţa receptării şi răspunsului.

Cu deosebire prin reprezentanţii săi cei mai autorizaţi, Williams şi Hall, SCB relevă caracterul activ al audienței, rezultat nu dintr-o dorință a autorilor, ci din poziția ei diferită, din interesele şi valorile diferite pe care le are sau le poate avea audiența. Să nu uităm că aceasta „autohtonizează" experiențe şi practici şi îşi construieşte adesea criterii specifice de evaluare şi judecată, ceea ce îi permite şi o „citire" diferită, adesea alternativă a mesajului. Aici identificăm poate contribuția cea mai importantă a SCB în interpretarea comunicării. Audiența activă este achiziția teoretica a orientării de care ne-am ocupat. Dacă ar fi chiar şi numai acest lucru, SCB ar merita cu prisosință un capitolcurs în această primă versiune de Istorie a studiului comunicării.

O dovadă elocventă a preocupării reprezentanților SCB de a fi contemporani cu ei, de a a-şi concentra efortul de analiză pe probleme de relief şi oarecum presante, este reprezentată şi de faptul că televiziunea şi mesajele acesteia formează un obiect predilect de analiză. Şi am spune şi un domeniu de cercetare unde reprezentanții SCB înscriu contribuții importante. Variantele de răspuns al telespectatorului conturate de către Hall, fluxul neîntrerupt de ştiri (Williams), judecățile formulate de Morley pe baza cercetării audienței unor programe de mare impact sunt contribuții citate cu respect şi astăzi în literatura de specialitate.

Indiferent de perspectiva din care sunt abordate mijloacele moderne de comunicare, nu putem să nu relevăm că toți membrii SCB inițiază cercetări asupra acestor mijloace şi dezvoltă am putea spune un corp de judecăți şi aprecieri despre acest nou şi foarte semnificativ domeniu al vieții moderne. Astfel, putem vorbi despre o contribuție durabilă la studiul mass media, la conturarea unui nou câmp de cercetare, cum ar fi cultura media, la construirea unei imagini mai reprezentative despre evoluția şi impactul mijloacelor moderne de comunicare. Către sfârşitul secolului trecut cercetarea comunicării sociale, studiul media, cultura media au apărut ca domenii bine conturate de cercetare şi la acest pas înainte putem descifra şi contribuția deosebită a SCB.

Să nu uităm însă că perspectiva de abordare a SCB este preponderent culturală. Fără a reveni la definirea culturii de către această abordare, nu putem să nu relevăm că media sunt analizate în interiorul paradigmei fundamentale propuse de Williams, Hall şi colegii lor, cea a binomului cultură-societate. Spre deosebire de Şcoala de la Frankfurt, reprezentanții SCB fac loc mijloacelor de comunicare în câmpul culturii, explozia acestora fiind un punct de plecare pentru redefinirea culturii într-o viziune mai largă, în consens cu transformările spectaculoase din perioada postbelică. Nu avem de-a face cu atitudinea aşa de radicală a Şcolii de la Frankfurt în ceea ce priveşte evoluția societății şi a vieții culturale în ansamblu, ceea ce creează şi posibilitatea unei analize mai

nuanțate a mass media, în registre preponderent critice, dar şi în cele explicative şi chiar pozitive.

Viziunea culturală largă corelată cu abordarea critică mai nuanțată a stat la baza influenței internaționale a SCB. Schimbând cadrul teoretic de analiză a comunicării, SCB au prefigurat nu numai o perspectivă nouă, de o prospețime indiscutabilă, a comunicării, dar au creat o premisă importantă pentru influența lor internațională. „*Studiile de comunicare şi media din Statele Unite în perioada anilor 80,* subliniază Hanno Hardt, *au intrat sub influența unui corp de literatură britanică identificată cu tradițiile intelectuale reprezentate de Raymond Williams, Richard Hoggart şi Centrul de Studii Culturale Contemporane de la Universitatea din Birmingham, cu deosebire sub conducerea lui Stuart Hall. Într-adevăr, scrierile grupului numit Studiile Culturale Britanice constituie o contribuție semnificativă la cercetarea comunicării de masă, şi ei au început să reprezinte cea mai importantă schimbare intelectuală care a captat atenția cercetătorilor americani din domeniul comunicării şi media cu o generație în urmă, când sociologia tradițională era dominantă*" (2001, p.102).

Această viziune cuprinzătoare asupra culturii a şi facilitat răspândirea pe diferite continente a studiilor culturale. O dată cu această răspândire, „studiile culturale" au devenit o formulă atât de largă, încât riscă să nu mai aibă coerența internă atât de necesară unui curent, unei orientări, oricare ar fi ea. În această evoluție tumultoasă şi, poate, supraoptimistă momentul de început reprezentat de SCB este adesea uitat; cum subestimat pare a fi şi studiul comunicării, din care reprezentanții orientării de care ne-am ocupat şi-au făcut o prioritate.

Bibliografie

Barker, Chris (2003), Cultural Studies, Theorie and Practice, Questions of Culture and Ideology, Sage Publications London, Thousand Oaks, New Delhi.

Bennet,Tony(1981): Popular Culture: Themes and Issues, Milton Keynes, Open University Press.

Cristell, Andrew(2006): A Study of Modern Television. Thinking inside the box, Palgrave Macmillan, New York.

Durham, John Peters (2003), Retroactive Enrichment: Raymond Williams's Culture and Society in Canonic Texts in Media Research, Edited by Elihu Katz, John Durham Peters, Tamar Liebes, Avril Orlof, Polity Press, 2003, Cambridge, UK).

Gibson, Alec McHoul (2006), Interdisciplinarity, in A companion to Cultural Studies, Edited by Toby Miller, Blackwell Publishing, Oxford, UK.

Gurevitch, Michael, Scannell Pladdy (2003), Stuart Hall's „Encoding/ Decoding", in Canonic Texts in Media Reasearch, Polity Press in association with Blackwell Publishing Ltd, Cambridge, UK.

Grossberg Lawrence, History, politics and postmodernism. Stuart Hall and Cultural Studies, in Critical Dialogues in Cultural Studies, edited by David Morley and Kuan-Hsing Chen, Routledge, London and New York

Hartley,John (2002), Communication, Cultural and Media Studies, The Key Concepts, Routledge, London and New York.

Hall, Stuart (2002), Encoding/Decoding, in Media and Cultural Studies, Key Words, Edited by Meenakshi Gigi Durham and Douglas M. Kellner, Blackwell Publishers, Oxford, UK.

Hall, Stuart (1996), Culture and Comunication: looking backward and forward at Cultural Studies, in What is Cultural Studies, Edited by John Storey, Arnold, London, New York, Sidney.

Hall, Stuart (1996), Cultural Studies: two paradigms, in What is Cultural Studies, Edited by John Storey.

Hall, Stuart (2001) „Cultural Studies and its theoretical legacies" in Critical Dialogues in Cultural Studies, edited by David Morley and Kuan-Hsing Chen, Routledge, London and New York.

Hall, Stuart(1989), Politics and Letters in Terry Eagleton (1989): Raymond Williams, Critical Perspectives, Polity Press in association with Basil Blackwell.

Hall, Stuart (1986), The rediscovery of <ideology>: return of the repressed in media studies, in Culture, society and media, edited by Michael Gurvitch, Tonny Bennett, James Curran and Janet Woollacott, Routledge, London and New York.

Hardt, Hanno (2001), British culural studies and the return of the „critical" in American mass communications research: accommodation or radical change ? in Critical Dialogues in Cultural Studies, edited by David Morley and Kuan-Hsing Chen, Routledge, London and New York.

Hobson, Dorothy (1980) „Housewives and the Mass Media, in Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe and Paul Willis (editori): Culture, Media, Language, London Hutchinson.

Hoggart, Richard (1957) The Uses of Literacy, Aspects of Working Class life, with special reference to publication and entertainment, Chatto and Windus, London.

Hoggart, Richard (1972) Only Connect, On Culture and Communication, Chatto and Windus, London.

Maxwell, Richard (2006): Political Economy within Cultural Studies, in A Companion to Cultural Studies, Edited by Toby Miller, Blackwell Publishing, Oxford, 2006.

Morley, David (1986) Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure, London, Comedia.

Sparks, C (1996) Stuart Hall, Cultural Studies and Marxism, in Critical Dialogues in Cultural Studies, edited by David Morley and Kuan-Hsing Chen, Routledge, London and New York.

Storey John (2003), Cultural Studies and the Study of Popular Culture, Edingburg University Press.

Toby Miller(2006): "What it is and what it isn't: Introducing…Cultural Studies",in A companion to Cultural Studies, Blackwell Publishing, 2006, Oxford, edited by Toby Miller.

Terry Eagleton (1989): Raymond Williams, Critical Perspectives, Polity Press in association with Basil Blackwell.

Turner Graeme (2003), British Cultural Studies, An Introduction, Routlege, London and New York, first published in 1990).

Williams Raymond (1958): Culture and Society, 1780-1950, Chatto& Windus, London.

Williams Raymond (1961): The Long Revolution,

Williams Raymond (1966): Communications Chatto @Windus, London, first published in 1962)

Williams, Raymond (2003): Television, Technology and Cultural Form, (Routledge, London and New York, first published by Fontana, London, 1974)

Williams Raymond (1983): Keywords, London, Fontana Paperbacks, 1983.

Curs 7
Şcoala de la Toronto

Şcoala de la Toronto reprezintă un moment aparte în evoluția studiului comunicării; spunem aparte pentru că această şcoală promovează o perspectivă distinctă asupra comunicării, ceea ce este cunoscut îndeobşte sub numele de determinismul tehnologic. Când auzim de determinism, vrem nu vrem devenim prudenți. Îndeobşte, determinismul induce ideea de abordare unilaterală, puțin deschisă unei interpretări culturale de largă respirație; ceea ce se transferă automat asupra valorii cu care suntem dispuşi să creditäm creația respectivă.

Sunt şi argumente care nu susțin ideea de „şcoală". De pildă, faptul că nu avem acea pleiadă de autori, acea arborescență de creații pe care o întâlnim în cazul Şcolii de la Chicago. În cazul de față avem doar doi autori: Harold Innis şi Marshall McLuhan. Cu mențiunea că ultimul, deşi s-a format la Toronto şi a fost un discipol al lui Innis, filiație pe care nu a negat-o niciodată, a petrecut perioada de creație propriu zisă în SUA, unde a devenit renumit, poate cel mai renumit autor în domeniul studiului comunicării. În contrast vizibil cu predecesorul şi, de fapt, întemeietorul şcolii despre care vorbim astăzi. Dacă s-a face un test chiar printre specialişti, puțini ar aminti de numele lui Harold Innis şi infinit mai puțini ar fi în măsură să spună ceva despre opera sa, deşi, aşa cum vom vedea, avem de-a face cu o creație amplă şi percutantă în acelaşi timp, ceea ce se întâlneşte mai rar. În schimb, acelaşi posibil chestionar care s-ar adresa chiar şi unor nespecialişti, l-ar indica pe McLuhan cu ralativă uşurință şi ar menționa neapărat una dintre formulele sale foarte cunoscute în toată lumea.

1. Harold Innis: un renascentist al comunicării

Harold Innis are formație economică şi mult timp a fost angajat în elaborarea unor lucrări de istorie economică, mai ales istoria economică a Canadei. Intelectual cu un orizont larg, care depăşea cu mult pe cel al unui profesor de economie, Innis descoperă importanța pe care au avut-o mijloacele de comunicare în istoria civilizațiilor şi a imperiilor şi ne propune o lectură a succesiunii acestora prin prisma mijloacelor de comunicare. Atât de mult a şocat perspectiva, încât în aprecierea operei sale, cel puțin din câte ne spune Graeme Patterson (1990, Preface), s-a trasat următoarea linie de despărțire: opera creată în prima parte a vieții, consacrată istoriei Canadei, şi cea din ultima parte a existenței sale axată

pe istoria non canadiană şi pe comunicare. Evident, împărţirea pornea de la premisa că problemele de comunicare nu au nici o relevanţă pentru istorie în general şi pentru cea economică în mod special.

Născut în 1894, Harold Innis urmează şcoala în Canada, este mobilizat în primul război mondial, unde este şi rănit; îşi ia doctoratul în economie la Universitatea de la Chicago. Se stinge din viaţă la vârsta de 58 de ani, în plină activitate de creaţie. Sunt două elemente biografice semnificative pentru evoluţia de mai târziu a autorului. Primul se referă la faptul că Innis îşi susţine doctoratul în economie la universitatea din Chicago; era începutul anilor 20, perioada de înflorire a Şcolii sociologice şi de comunicare afirmate în cadrul acestei universităţi, când Park şi Mead lucrau la facultate. Vă amintiţi că reprezentanţii acestei Şcoli considerau că transformarea marii societăţi într-o mare comunitate depindea foarte mult de folosirea în acest scop a tehnologiei moderne. Tehnologia, prin tehnologie aici se înţelegea mai ales mijloacele de comunicare, era văzută ca un adevărat sistem nervos al societăţii, care asigura coeziune, o cultură şi un public în măsură să dezvolte o înţelegere şi chiar o ştiinţă comună. Innis este influenţat fără îndoială de viziunea Şcolii de la Chicago privitoare la influenţa tehnologiei asupra societăţii. Carey sublinia acest lucru dar îl contrazicea fără echivoc pe McLuhan care considera că Innis „trebuie considerat drept cel mai strălucit membru al grupului de la Chicago condus de Robert Park". Park, precizează Carey, nu a avut o influenţă directă asupra lui Innis, iar acesta din urmă „era un gânditor prea singular pentru a fi descris ca membru al unei şcoli"(1981, p.75). Innis a preluat preocupările acestei şcoli, „pe care le-a corectat şi completat, le-a lărgit şi precizat într-un mod minunat şi a creat o concepţie şi o teorie despre comunicare fundamentată istoriceşte care a purificat romanticismul Şcolii de la Chicago"(1981, p.76).

Al doilea element se află în legătură cu începutul carierei sale profesionale, marcată de iniţierea unor studii aplicate privind istoria economică a Canadei. În 1923 publică „A History of the Canadian Pacific Railway" (O istorie a căii ferate canadiene Pacific), unde Innis sesizează legătura dintre expansiunea spre vest a Canadei şi dezvoltarea sistemului de transport şi de comunicare în această regiune. Cu şapte ani mai târziu apare volumul „The Fur Trade in Canada"(Comerţul cu blănuri în Canada) în care relevă că dezvoltarea acestei ramuri economice a fost decisiv influenţată de cererea europeană de blănuri; numai că, în ultimă instanţă, exploatarea acestei resurse naturale nu ar fi fost posibilă în afara caracteristicilor geografice unice ale Canadei – reţeaua de lacuri şi râuri care reprezentau „intrânduri" şi căi de acces la care se adaugă dezvoltarea unui sistem tehnologic menit să pună în valoare bogăţia amintită. În lucrarea „Cod Fisheries: The History of an International Economy" (Zonele de pescuire a codului: istoria unei economii internaţionale),

apărută în 1940, lărgeşte analiza, aplicată de data aceasta la industria pescuitului, şi accentuează semnificaţia dezvoltării tehnologice pentru extinderea influenţei imperiilor de proximitate – pe atunci cel britanic şi american.

Într-un cuvânt, teza comună a lucrărilor publicate este aceea că economia Canadei era în cea mai mare măsură o economie bazată pe materii prime, exploatate în strânsă legătură cu cerinţele centrului industrial, deci a lumii dezvoltate. Având o poziţie geografică marginală, Canada a cunoscut discrepanţa dintre centru şi periferia civilizaţiei occidentale şi a consemnat o dezvoltare economică în strânsă dependenţă de cerinţele acestei civilizaţii. Până unde se întindea influenţa imperiilor vecine şi chiar a statului canadian în interiorul graniţelor sale? Până acolo unde mijloacele de transport şi sistemul de comunicare le permiteau să ajungă. Cum remarca şi William Melody, se învedera astfel că „*din punct de vedere istoric, transformările în tehnologia transportului şi a comunicării facilitau mari transformări în posibilităţile de extensie a imperiilor*”(1981, p.5).

Acesta este punctul de plecare al creaţiei lui Innis în domeniul studiului comunicării. După aceea, autorul canadian lărgeşte, radical am putea spune, aria de investigaţie şi concentrează analiza pe relaţia dintre mijloacele de comunicare şi expansiunea puterii imperiilor. Această relaţie este urmărită de acum pe perioade mari de timp şi pe arii geografice imense. Rezultatele analizei sunt publicate în lucrările „Empire and Communications”(1950) şi The Bias of Communication (1951). După dispariţia sa prematură, la 58 de ani, s-a descoperit un manuscris de circa 1000 de pagini intitulat „Istoria comunicării”. Chiar dacă nu a văzut lumina tiparului - după aprecierea lui Menahem Blondheim (2003, p.159) este vorba despre o analiză cu accente de exhaustivitate, dar şi despre fragmente de informaţie aşezate într-o ordine mai mult sau mai puţin cronologică - lucrarea reprezintă mărturia unui efort impresionant şi a unui ataşament ieşit din comun faţă de domeniul comunicării.

Perspectiva promovată de Innis este aşa de amplă, încât derutează iar rezultatele ei nu sunt discutate şi revendicate hotărât de nici o parte: nici de economişti, întrucât ei consideră că în această perioadă autorul canadian se ocupă de comunicare, nici de specialiştii din acest domeniu, întrucât şi aceştia apreciază, la rândul lor, că analiza este prea „teoretică”, înscriindu-se mai mult într-o interpretare filozofică asupra devenirii civilizaţiilor. Într-adevăr, Innis aspiră să plaseze creaţia sa în cadrul marilor interpretări ale istoriei civilizaţiilor, în rând cu cea a lui Spengler, Toynbee, Kroeber, Sorokin şi a altor autori care şi-au propus să „proiecteze o lumină asupra cauzelor ridicării şi decăderii civilizaţiilor”. Aceasta este prima afirmaţie din Introducerea la lucrarea sa de bază,

„Empire and Communications”. Ce intentionează să schimbe autorul este unghiul de analiză a civilizațiilor şi imperiilor. Innis consideră că perspectiva asupra fenomenelor istorice se schimbă fundamental, dacă acestea sunt analizate prin prisma mijloacelor de comunicare de care au dispus şi pe care s-au bazat: „*Mi-a apărut clar că problema comunicarii oferă mari posibilități prin faptul ca ocupă o poziție crucială în organizarea şi administrarea guvernelor, a imperiilor şi civilizațiilor*”(1950, p.3).

1.1. Dinastia notelor de subsol

Într-o lucrare de mici proporții, Innis (1949, p.4) ține să sublinieze: „Sunt conştient că eu nu reprezint decât o notă de subsol la opera lui Graham Wallas”. Autorul canadian fusese invitat să țină o conferință la o fundație importantă a momentului, iar Graham Wallas autor al lucrării The Great Society (London, 1914) avusese o mare influență asupra întemeietorului fundației respective. Pentru ca în Introducerea la Empire and Communications să reia ideea şi să precizeze că lucrarea pe care tocmai o publicase nu este decât „o extensie a operei lui Grahame Wallas şi E.J.Urwick” (p. 11). Cu un an mai târziu, în „The Bias of Communication” reia formularea cu trimitere, de această dată, la profesorul A.L.Kroeber, autor al lucrării Configurations of Cultural Growth (Berkeley, 1946). Referindu-se la valoarea lucrării respective şi la intenția sa de a discuta mai amplu unele concluzii implicite din lucrare, Innis precizează: „Nu îmi propun decât să adaug o notă de subsol la aceste comentarii şi, astfel, să discut posibila semnificație a comunicării în ceea ce priveşte creşterea şi descreşterea vieții culturale”. În fapt, Innis inaugura o nouă perspectivă în cercetarea civilizațiilor şi evoluțiilor acestora.

La rândul lui, Marshall McLuhan a precizat că propria lui operă poate fi văzută „ca o notă de subsol” la creația lui Innis, adevăratul întemeietor al Şcolii de la Toronto. Aceste gratulări succesive nu se opresc aici. James Carey autorul lucrării de eseuri - Communication and Culture (1992) -, în care putem identifica influențe şi ecouri ale operei autorului canadian, îşi caracterizează propriul volum drept o „adăugire modestă”(gentle extension) la opera lui Innis.

Cum am putea explica această succesiune a notelor de subsol, a extensiilor şi adăugirilor? Domeniul cercetării civilizațiilor şi culturii impune. Impune prin complexitatea temei, prin vastitatea materialului de studiu şi prin dificultatea cuprinderii sale într-o interpretare unitară. Impune, deopotrivă, prin opere cu valoare de simbol care au marcat cercetarea domeniului şi au configurat o anumită înălțime a demersului de

cercetare. Operele unor autori precum Spengler, Toynbee, Kroeber, Sorokin sunt mărturii elocvente. Aici, par a spune asemenea creaţii, nu se intră decât cu sfială, cu precauţia impusă de înălţimea domeniului şi a construcţiilor spirituale de pe întinderea sa. Care ar fi formula cea mai potrivită pentru a păşi în acest adevărat sanctuar al cercetării culturilor şi civilizaţiilor care s-au succedat pe acest pământ? Oricum, apelul la note de subsol, extensii, pare a fi unul dintre cele mai potrivite...

1.2. Imperiile şi comunicarea

Un imperiu este o întindere geografică vastă. Ca să existe şi să funcţioneze, el trebuie să dispună de anumite mijloace de legătură între centru şi teritoriu, între diferitele sale provincii. Comunicarea în sensul său cel mai larg îndeplineşte acest rol. O asemenea corelaţie se impune oarecum natural. Nu poate fi imaginată o putere cât de cât întinsă fără legături, legături fizice, de transport, dar şi legături prin care să se transmită anumite hotărâri, ordine, informaţii. Încă o dată, o asemenea corelaţie se impune de la sine. Analiza lui Innis începe de aici încolo. Există un tip de legătură, se întreabă el, între anumite tipuri de cumunicare şi tendinţele de agregare dominante la un moment dat în plan istoric, ceea ce numim tendinţe centripete, favorabile formării marilor organizări imperiale, şi cele de dezagregare, centrifuge, care iarăşi se impun în evoluţia istorică şi favorizează un larg proces de dezagregare, de fărâmiţare a structurilor deja constituite ? Innis îl citează în acest punct pe istoricul James Bryce, care precizează "*Din timpurile lui Menes*[•] *până la Atila tendinţa este, în general către agregare, iar istoria vechilor naţiuni ne arată nu numai un mare număr de mici monarhii şi republici înghiţite de către Imperiul Roman, ci că însuşi acest imperiu este mult mai centralizat decât cele care l-au precedat. Când provinciile romane au început să se separe, procesul a îmbrăcat o tendinţă inversă şi pentru şapte sute de ani sau mai mult forţele centrifugale şi-au urmat calea… Din secolul al XIII-lea evoluţia a început să urmeze calea inversă…nici democraţia, nici principiul naţionalităţilor, în acest context, nu au declanşat mişcarea generală către agregare din ultimele şase secole"..*

Care ar putea fi factorii în măsură să explice acest flux şi reflux în organizarea politică? Cel puţin atunci când este vorba despre mari întinderi geografice, Innis consideră că avem de-a face cu o schimbare în însuşi mecanismul care menţine integritatea imperiilor. Întrucât mijloacele de comunicare, repetăm în sensul lor cel mai larg, asigură

[•] Faraonul primei dinastii a Egiptului antic şi întemeietor al oraşului Memfis.

funcționarea imperiilor, nu este cazul să ne întrebăm, spune el, dacă alternarea tendințelor centrifuge cu cele centripete nu sunt legate de o schimbare în acest mecanism, în suportul esențial de menținere a imperiilor, adică în sistemul de comunicare? Consecvent cu punctul său de plecare, cu perspectiva de analiză pe care a îmbrățișat-o, Innis precizează: „ *În organizarea unor spații largi, comunicarea ocupă un loc vital şi este semnificativ că perioadele stabilite de Bryce corespund în ansamblu: prima, cea dominată de argilă şi papirus, a doua, cea dominată de pergament şi a treia, cea dominată de hârtie. Guvernarea efectivă a spațiilor largi depinde într-o foarte mare măsură de eficiența comunicării"* (1950, p.7).

Semnificația mijloacelor de comunicare pentru marile organizații poate fi urmărită în două planuri: cel al timpului şi al spațiului. Există mijloace de comunicare care sunt corelate mai ales cu dimensiunea timpului: ele sunt mai grele, dar mai durabile, pregătite parcă să învingă timpul. Acestea sunt argila, pergamentul şi piatra. Alte mijloace servesc mai bine spațiul, marile întinderi geografice. Ele sunt uşoare dar nu sunt durabile, cum ar fi papirusul şi hârtia. Sunt materiale care pot fi distruse uşor, dar care pot fi transportate relativ repede la mari distanțe. Mijloacele de comunicare adaptate timpului favorizează descentralizarea dar, totodată, şi tipul ierarhic de organizare instituțională. Descentralizarea, pentru că ele nu sunt adaptate să facă față sfidării pe care o ridică întinderea spațială. Cum sunt greu de transportat, atunci ele favorizează descentralizarea, dar pentru menținerea coerenței sistemului apelează la structura ierarhică a instituțiilor. Mijloacele adaptate spațiului favorizează centralizarea, pentru că ele pot face față sfidării spațiului (aceasta este natura lor, sunt uşoare, pot fi repede trimise la distanță), dar sistemul de guvernare se menține mai puțin ierarhic. Pergamentul, argila şi piatra sunt *time-biased* iar celelalte, papirusul şi hîrtia *space-biased*[*] .

În termeni culturali, time biased media sunt proprii societăților tradiționale, care pun mare preț pe obiceiuri, pe continuitate, pe problemele istorice, sacre, morale. Preocupate de conservarea tradiției, asemenea societăți sunt caracterizate prin stabilitate socială, prin ordine ierarhică, puțin disponibilă la schimbare; tocmai pentru că sprijină tradiția, societățile bazate pe tehnologiile time-biased au limbă şi tradiții bogate, o viață culturală structurată în jurul miturilor şi simbolurilor. Ele mai pot fi numite şi societăți cu tradiții orale puternice sau cu sofisticate tehnologii ale scrisului la care are acces un grup foarte restrâns.

Dimpotrivă, space-based media au o orientare către prezent şi viitor, favorizează nu numai extinderea spațială, ci şi creşterea autorității

[*] bias în limba engleză înseamnă înclinație, propensiune, tendință etc. sau o opinie despre un om, un grup care te face să ai o atitudine părtinitoare. Întrucât este dificil să-i găsim o echivalență, vom folosi termenul sau formula în engleză.

politice. Sunt extrem de eficiente când este vorba de transmis mesaje, ordine, înştiinţări, dar nu pot transmite bogăţia, diversitatea şi elasticitatea tradiţiei orale. Se câştigă în performanţa transmiterii operative, dar se pierde din bogăţia şi nuanţele oralităţii. Mijloacele moderne de tipărit, precum telefonul, radioul, televiziunea sunt toate space biased.

În funcţie de natura lor – time sau space biased – mijloacele de comunicare au favorizat, de la început, un gen de monopol, asociat fie cu religia, fie cu statul. Mijloacele de comunicare time biased au stimulat monopolul din partea organismelor religioase, pe când cele space biased monopolul factorilor politici. Creşterea şi decăderea imperiilor este explicată de către Innis prin expansiunea mijloacelor de comunicare de acelaşi tip şi favorizarea unui gen de monopol al instituţiilor care simbolizau respectiva formă de comunicare. Monopolul usucă diversitatea, predispune la o evoluţie monocordă, creează condiţii pentru instalarea dezechilibrelor.

La rândul lor, organizaţiile politice de mare amploare pot fi privite din cele două perspective: ale timpului şi spaţiului. Sunt imperii organizate pentru a face faţă dimensiunii timpului şi altele spaţiului. Pentru că mijloacele de comunicare de care au dispus au favorizat o asemenea tendinţă. Imperiile care au beneficiat de mjloace de comunicare adaptate spaţiului – papirus şi hârtie – s-au dezvoltat într-o formulă centralizată dar cu instituţii care s-au bucurat de autonomie, cele care au dispus de mijloace de comunicare apte să înfrunte timpul au îmbrăcat forma unor structuri descentralizate dar cu instituţii organizate ierarhic. Cu alte cuvinte, imperiile se dezvoltă în strânsă corelaţie cu mijlocele de comunicare proprii momentului, care impun anumite tendinţe, forme de organizare, modalităţi de răspuns. Mijloacele adaptate timpului accentuează dimensiunea pe care sunt ele specializate, cele adaptate spaţiului, dimpotrivă, subliniază şi prefigurează în viaţa organizaţiei respective, preocupările legate de întindere, de distanţe, de cuprindere.

Prin urmare, mijloacele de comunicare prefigurează formule de dezvoltare, pun la îndemâna elitelor momentului anumite posibilităţi de evoluţie, pe dimensiunea timp, sau, dimpotrivă, pe cea a spaţiului. Firește că în timpurile vechi, posibilitatea de alegere era mai redusă. Dar stabilitatea şi dezvoltarea socială presupun, în viziunea autorului, o formulă de îmbinare a celor două tipuri de comunicare, astfel încât tendinţa către centralizare să fie contrabalansată de tendinţa către descentralizare, cea de conservare de cea de inovare proprie comunicării tip space biased. De pildă, Innis consideră că înflorirea vechii Grecii s-a datorat echilibrului dintre tehnologiile time-biased, care au menţinut bogăţia tradiţiei orale, şi cele space biased care au stimulat dezvoltarea scrisului şi posibilitatea transmiterii sale la distanţă (ieroglifele a fost numele dat de către greci scrisului gravat de către egipteni pe pietrele

existente în locurile sacre). De aceea, spune autorul, imperiile trebuie să persevereze în a „*depăşi tendinţa media care supraestimează o dimensiune sau alta. Ele* (imperiile n.n.) *au tendinţa să înflorească în condiţiile în care civilizaţia reflectă influenţa nu doar a unui mijloc, ci a mai multora şi în care tendinţa unui medium către descentralizare este compensată de tendinţa altui mediu către centralizare*”(1950, p.7).

1.3. Flexibilităţi şi inflexibilităţi istorice

Pentru mai buna edificare a cititorului, o să înfăţişăm cât se poate de succint câteva din situaţiile, faptele, schimbările prezentate pe larg de către autor în legătură cu evoluţia unor imperii europene sau apropiate de Europa. De pildă, multă vreme civilizaţia egipteană s-a bazat pe piatră ca mijloc de comunicare. Scrisul pe piatră a îmbrăcat, prin forţa lucrurilor, anumite caracteristici, era greoi, înflorat, caracter susţinut de faptul că hieroglifele foloseau desene pentru a reda nu numai idei, ci chiar şi cuvinte sau sunete. Descoperirea papirusului - în jurul anilor 2500 î.e.n. – a transformat scrisul ca atare care a devenit mai cursiv şi a putut fi caligrafiat. Revoluţia socială dintre vechiul şi noul regat, petrecută cam la mijlocul mileniului III este legată şi de apariţia unui nou material pentru scris. În ce a constat această transformare? Până atunci, scrisul, de fapt dăltuirea în piatră, fusese strict restricţionat la scopuri guvernamentale, fiscale şi religioase. Atât scrierea migăloasă, cât şi greutatea pietrei – prin forţa lucrurilor dificil de transpoortat – reprezentau restricţii obiective, şi ele au favorizat apariţia unei poziţii privilegiate pentru cei care deţineau ştiinţa de a scrie, pentru casta sacerdotală.

Odată cu papirusul, scrisul s-a „secularizat”. Atât caligrafierea, cât şi caracteristica papirusului, ca material uşor transportabil, au crescut cererea de documente scrise, au dus chiar la apariţia unei adevărate „pieţe” a scrisului. După 2000 î.e.n., administraţia centrală folosea „o armată de scribi”; scribii deveniseră o pătură socială, încadrabilă claselor superioare, alături de nobilime, generali, preoţime, iar scrisul ca atare o profesie privilegiată. Ordine, înştiinţări, legi şi coduri au putut fi transmise în diferite locuri. Comunicarea mai rapidă a înviorat viaţa socială. Au avut loc prefaceri în religie, în organizarea militară, care a devenit forţa principală a expansiunii, în administraţie. În jur de 1400 funcţiona chiar un serviciu poştal între capitală şi oraşele imperiului. Imperiul s-a extins până spre Eufrat şi, potrivit autorului, s-au făcut încercări de a furniza baze religioase pentru dezvoltarea imperiului.

Dominaţia pietrei ca material de comunicare, chiar dacă a dispărut, a lăsat puternice urme în modalitatea de scriere. Apăruse un nou material, papirusul, se transformaseră desenul ca atare, care devenise mai currsiv,

dar s-a menținut scrierea picturală. Acelaşi gen de desen era folosit şi pentru reprezentarea unei idei, dar şi a cuvintelor şi chiar a consoanelor sau vocalelor. „*Egiptul nu a făcut pasul următor, care era logic, de a crea semne fixe pentru sunete fixe*". A apărut o bază nouă pentru scriere – papirusul - dar nu şi alfabetul, pe care îl vor inventa sumerienii. Ceea ce a făcut ca scrierea să rămână greoaie şi a facilitat menținerea, în continuare, a privilegiilor castei sacerdotale. Nu era doar un privilegiu, ci un adevărat monopol deținut de această clasă asupra cunoaşterii, atâta cât era în acel moment. Monopolul asupra scrisului a indus monopolul asupra cunoaşterii. Ceea ce îi conferea acestei caste puteri speciale. Monopolul de care vorbeam accentua de fapt dimensiunea timp a dezvoltării. „Puterea laică" dorea să extindă imperiul, deci ar fi accentuat dimensiunea spațiului. „*Încercările repetate ale regilor de a scăpa au fost înfrânte de puterea monopolului. Un control de tip monopol al comunicării a înfrânt încercările de extindere a imperiului. Limitările imperiului egiptean au fost, în parte, un rezultat al inflexibilității instituțiilor religioase, sprijinite de un monopol asupra unui proces de scriere complex*"(1950, p. 28).

Conceptul de imperiu în vechiul Babilon s-a ridicat, în parte, din conflictul între civilizația bazată pe argilă şi cea bazată pe piatră şi metal. Organizarea religioasă aflată în legătură cu argila, deci cu accentuarea timpului şi a continuității, a intrat în conflict cu organizarea militară aflată în relație cu piatra şi cu avansurile tehnologice reprezentate prin folosirea fierului, deci înclinată spre accentuarea spațiului. „Conflictul dintre regele semitic şi preotul sumerian" a dat naştere codului lui Hamurabi, în care legea exprima voința lui Dumnezeu şi aplicarea ei revenea regelui. Religia se adapta cerințelor forței. Evoluțiile în zonă nu pot fi înțelese în afara apariției alfabetului care a pus capăt monopolului tradițional al religiei. „*Puterea monopolului asupra scrierii exercitată de către instituțiile religioase în Egipt şi Babilonia a fost distrusă prin apariția unui nou tip, simplificat, de scriere, care a devenit baza unor noi dezvoltări în comunicare şi organizarea politică, ilustrate de imperiile asirian şi persan*"(1950, p.65). Noul sistem de scriere a facilitat dezvoltarea comerțului, a schimburilor, apariția unui sistem contabilicesc a datoriilor şi împrumuturilor, la ridicarea unei oligarhii comerciale, cum ar fi cea din Cartagina, oligarhie care va juca un loc din ce în ce mai important. Adevăratul mecanism care stă la baza acestor evoluții rapide este alfabetul, care deschide noi posibilități pentru comunicare şi, mai ales, oferă şansa de a îmbina dimensiunea care priveşte timpul cu cea care se referă la spațiu. „*Alfabetul a devenit baza organizării politice prin controlul eficient al teritoriului şi baza organizării religioase prin controlul eficient asupra timpului, contribuind la instaurarea monoteismului" (*1950, p.66). În acelaşi timp, mobilitatea pe care o

cunoaşte perioada, mai ales în ceea ce priveşte dezvoltarea culturii şi administraţiei, nu poate fi despărţită de legătura durabilă stabilită între „cuvântul scris şi cel tipărit", de sinteza operată între tradiţia orală şi cea scrisă, pe cale de apariţie. Innis consideră că ascensiunea culturală a Greciei se datorează acestei legături, înţelepciunii cu care s-a valorificat bogăţia tradiţiei orale. Civilizaţia greacă a fost o reflectare a puterii cuvântului vorbit spune autorul. „*Puternica tradiţie orală a grecilor şi flexibilitatea alfabetului i-au făcut să reziste tendinţelor pe care partea estică a imperiului le manifesta către monarhie absolută şi teocraţie. Ei au găsit o linie de mijloc între conceptul de imperiu politic cu accentuarea spaţiului şi cel de imperiu ecleziastic, care accentua timpul şi le-au redus pe amândouă la proporţiile raţionale ale statului cetate. Monopolul sistemelor complexe de scriere care au stat la baza structurilor organizaţionale întinse ale estului a fost distrus..."*(1950, p.100).

Imperiul roman a preluat papirusul de la egipteni. Preponderenţa scrisului a influenţat decisiv evoluţia imperiului, acest mijloc de comunicare contribuind la prăbuşirea republicii şi la stimularea tendinţelor imperiale. Nu numai că scrisul devenise forma dominantă de comunicare la nivelul imperiului, dar la Roma se elaborau un gen de ziare, de foi care consemnau evenimentele importante ale momentului. Producţia de carte atinsese performanţe remarcabile. O firmă de vânzare a cărţilor cu o sută de sclavi, calificaţi ca scribi, putea produce prin folosirea dictării o mie de exemplare în 10 ore. Legată, cartea putea fi vândută la un preţ de 6-8 pence şi asigura un profit de sută la sută. Preţul scăzut, numărul mare de exemplare şi mai ales distribuţia largă, semn că exista un public interesat, erau caracteristicile producţiei de carte de la Roma, care se afla în competiţie cu celălalt centru similar, cu Alexandria, unde se producea carte în limba greacă.

Scrisul a sprijinit procesul de dezvoltare a unei birocraţii puternice şi centralizate şi a ajutat armata în tendinţa ei de expansiune teritorială. Favorizată de cultura scrisă, intinderea care, la început, era văzută ca un mare avantaj, ca o sursă de venituri suplimentare, a reprezentat, în cele din urmă, capcana în care a căzut imperiul. Până în secolul al IV-lea, spune autorul, Roma a pierdut două treimi din aurul său şi jumătate din argint în Est. Efectele supraîntinderii, cum ar spune Paul Kennedy astăzi. Cu totul altfel a procedat Imperiul Bizantin, preocupat de cerinţa echilibrului. „*Imperiul Bizantin s-a dezvoltat pe bazele unui compromis între organizaţii reflectând tendinţele diferitelor media, cum ar fi cea a papirusului care a sprijinit dezvoltarea unei birocraţii imperiale, în relaţie cu o vastă arie geografică, şi cea a pergamentului care a favorizat dezvoltarea unei ierarhii ecleziastice în relaţie cu timpul*"(1950, p 139).

Analiza istorică realizată de autor arată că mijloacele de comunicare preponderente la un moment dat oferă puterii momentului posibilități de a se dezvolta într-un anume fel, fie accentuând dimensiunea spațiului, a întinderii, fie cea a timpului, a conservării. Experiențele istorice prezentate arată diferite ipostaze ale evoluției: fie îmbrățișarea unilaterală a avantajelor unor media, fie încercări de valorificare concomitentă a posibilităților fiecărui mijloc de comunicare. Mai este ceva extrem de important în legătură cu rolul mijloacelor de comunicare, anume relația dintre mijlocul preponderent şi cunoaştere. Cine stăpâneşte scrierea pe piatră, de pildă, are, primul, acces la cunoaşterea care se acumulează prin intermediul acestui tip de scriere. Innis dă o atenție specială acestei relații, pentru că ea favorizează un tip de monopol asupra cunoaşterii din partea grupului care stăpâneşte mijlocul respectiv. Nu vom înțelege mare lucru din creația lui Innis dacă nu vom pătrunde acest raport. Mijloacele de comunicare sunt importante pentru că prilejuiesc un anume tip de dezvoltare, dar şi, sau mai ales pentru că ele creează posibilitatea monopolului asupra cunoaşterii. Incursiunea istorică învederează acest lucru. „*Creşterea birocrației în Imperiul roman a apărut ca urmare a dependenței de foile de papirus, dar stabilitatea a presupus o fuziune cu organizarea religioasă bazată pe pergament. Din punct de vedere al statului, birocrația a însemnat accentuarea spațiului şi neglijarea problemelor timpului, din punct de vedere al religiei accentuarea timpului şi neglijarea spațiului. Prin tenacitate, Imperiului binzantin a realizat un echilibru care recunoştea atât rolul spațiului, cât şi al timpului. Predominanța pergamentului în vest a avut drept consecință exagerarea semnificației timpului. Un monopol al cunoaşterii bazat pe pergament a stimulat competiția din partea unui nou mijloc, cum este hârtia, care a accentuat semnificația spațiului, aşa cum era reflectată în afirmarea monarhiilor naționaliste. Fuziunea dintre monopolul cunoaşterii dezvoltat de organizarea ecleziastică, bazat pe utilizarea pergamentului, şi monopolul cunoaşterii dezvoltat de organizarea politică, bazat pe utilizarea hârtiei, pe apariția industriei şi comerțului în mediul urban a dat putere şi influență imperiului francez*”(1950, p. 167).

1.4. Axa timp, axa spațiu: semnificații

Ar fi oportun să insistăm puțin asupra acestor două dimensiuni – timp şi spațiu - pentru a înțelege mai bine despre ce este vorba. Când spunem „timp”, avem în vedere evoluția istorică a unei societăți, a unei civilizații. Innis foloseşte această formulă „time-biased media” pentru a sublinia o anumită înclinație, predispoziție a unor mijloace de

comunicare. Dar noi trebuie să ne reprezentăm clar ce înseamnă în acest caz „timpul” şi ce valoare are. Când autorul vorbeşte de timp, înțelege tradiția, continuitatea, evoluția graduală. Fiecare dintre noi, ca indivizi şi ca generație, primim de la generațiile anterioare un stoc de cunoaştere, de credințe, de norme morale. Procesul de educație asigură asimilarea, însuşirea acestora şi facilitează astfel integrarea tinerilor într-o societate dată, socializarea lor. Sunt importante asemenea moşteniri culturale, morale, religioase? Sunt vitale, mai ales atunci când o societate doreşte să dăinuie, să asigure perpetuarea sa în timp. Dacă nu îşi propune aşa ceva, atunci importă alte modele de comportament, alte credințe religioase, alte viziuni culturale. Ce s-ar putea întâmpla într-un asemenea caz ipotetic? Ar interveni o fractură bruscă şi dureroasă în evoluția societății respective, resmțită de către generațiile care o trăiesc. Copiii nu ar mai împărtăşi aceleaşi modele culturale cu părinții. Ar fi din punct de vedere cultural străini unii față de alții, deşi trăiesc în aceeaşi țară şi reprezintă două generații succesive. Fireşte că am imaginat o situație limită ca să putem înțelege mai bine ce înseamnă timpul: trecutul, tradiția, toată ştiința şi toate învățămintele care ne vin din istorie. Nu putem trăi fără ele, pentru că ele ne asigură cunoaşterea a ceea ce au acumulat generațiile anterioare, pentru că ne-am pierde identitatea şi, dacă vreți, confortul spiritual. Putem să avem în vedere o prefacere a lor? Societatea însăşi se schimbă, importă şi exportă nu numai produse industriale, agricole, ci se află într-un permanent proces de schimb cultural. A nu importa şi alte modele, a nu te schimba în funcție de cum se schimbă lumea, a nu fi permeabil la ceea ce este modern, actual, nou, înseamnă a încremeni în tradiție, altfel spus a trăi astăzi cum au trăit bunicii noştri. Ceea ce evident nu este nici practic, nici posibil.

Innis se ocupă de imperii şi evoluția acestora. În contextul analizei sale, space-based media reprezintă acele mijloace care favorizează expansiunea teritorială, geografică, spațială. Dacă citim mai larg această expansiune, ele exercită un tip de influență în ceea ce priveşte diminuarea şi diluarea tradițiilor. De fapt, dacă adâncim analiza operei sale, Innis descoperă cele două tipuri de mijloace de comunicare – time şi space biased – în efortul de a înțelege creşterea şi descreşterea civilizațiilor şi imperiilor. Aceste mijloace pot favoriza o anumită evoluție, creşterea teritorială, extinderea spațială, sau, dimpotrivă, conservarea tradiției. Importantă, am spune esențială, este descoperirea autorului că specializarea pe care o prefigurează un mijloc sau altul poate lucra numai până la un anumit punct. Dincolo de acesta se conturează dezechilibrul care duce mai devreme sau mai târziu la prăbuşire. Nu te poți extinde la nesfârşit, pentru că există riscul să se piardă matca propriei identități. Se rarefiază rădăcinile culturale şi, atunci, nu mai poți avea viitor. Cum nu poți rămâne plasat doar pe dimensiunea timp, pentru că, în acest caz, sunt

afectate dinamismul, prefacerea, înnoirea. Acesta este sensul analizei sale istorice: pericolul „specializării" pe una dintre dimensiuni care aduce după sine instituirea monopolului, adică a blocajului, a stagnării, a absenței schimbului, comunicării, freamătului care alimentează dinamismul oricărei societăți.

Am îndrăzni o ipoteză. În calitate de cercetător, Innis debutează cu studii economice axate pe probleme actuale în care a sesizat corelația dintre viața economică şi sistemul de comunicare a societății. După părerea noastră, analiza istorică pe care o intreprinde are în vedere nu numai verificarea acestei ipoteze şi, în ultimă instanță, fundamentarea ei pe baza imensului material furnizat de acest excurs istoric; Innis însuşi era preocupat de marele debalans din lumea în care trăia dintre centrul şi periferia marilor imperii şi chiar dintre mijloacele de comunicare ale momentului. Există o expunere a sa despre rolul presei în secolul XX - făcută înainte de apariția lucrării Empire and Communications - în care vorbeşte foarte frecvent despre „monopolul asupra timpului" pe care îl dețin companiile de publicitate, despre faptul că „schimbările intervenite în viteza cu care se desfăşoară comunicarea au mari efecte asupra asupra monopolurilor" despre „poziția de monopol deținută de cei care, sistematic, au valorificat schimbările tehnologice în comunicare". Poate mai semnificativ este avertismentul cu care se încheie expunerea: „Ar trebui să fie clar că îmbunătățirile în comunicare tind să împartă lumea"(1949, p.48). Dorim deci să avansăm ideea că Innis a pornit în analiza sa istorică având destul de clar conturată ideea privind debalansul dintre cele două dimensiuni fundamentale ale dezvoltării: cea a timpului şi a spațiului. Că această ipoteză a fost fundamentată şi nuanțată pe parcursul analizei sale istorice este altceva. Dacă autorul canadian ar fi avut în vedere doar o cercetare istorică, probabil ar fi rămas în acest cadru. Dar scopul său era să lumineze mai bine, cu îndreptățirea pe care i-o dădea analiza istorică, „debalansul actual". De aceea, ni se pare obligatoriu să insistăm şi noi asupra lui.

1.5. „Biasul civilizației noastre"

La un an după Empire and Communications apare lucrarea „The Bias of Communication", care este o reluare a tezelor din volumul precedent, cu unele nuanțări, care pentru o cercetare istorică sunt importante[*]. Totuşi, este util să ne întrebăm de ce Innis a ținut să scrie

[*] În literatura de specialitate, această lucrare este, uneori, considerată textul fundamental, "canonic"al autorului. De pildă, lucrarea Canonic Texts (2003) selectează această lucrare pentru analiză. Nu dorim să ne angajăm într-o dispută pe această temă, mai ales că, adesea, este greu să vorbim despre o ierarhie

această lucrare. Sunt, este adevărat, şi unele exprimări mai precise în legătură cu influența media, cu deosebire asupra cunoaşterii, a cărei răspândire o favorizează. De pildă, citatul care urmează sintetizează în câteva rânduri acest impact urmărit pe sute de pagini în Empire: „*Un mijloc de comunicare are o influență importantă în ceea ce priveşte diseminarea cunoaşterii în spațiu sau în timp şi este necesar să studiem caracteristicile sale, pentru a evalua influența sa asupra acumulărilor culturale pe care le favorizează. În funcție de caracteristicile sale, el poate fi mai apt pentru diseminarea ştiinței în timp mai degrabă decât în spațiu, cu deosebire dacă mijlocul este greu şi durabil şi nepotrivit pentru transportare, sau pentru diseminarea ştiinței în spațiu mai curând decât în timp, mai ales dacă mijlocul este uşor şi lesne de transportat. Relativa accentuare a timpului sau a spațiului va implica un bias în ceea ce priveşte semnificația culturii în care el este întruchipat"* (1951, p.33).

După părerea noastră, motivul principal este anunțat chiar de autor, anume că volumul său nu este o cercetare istorică în sine, ci o analiză menită să lumineze mai clar ceea ce se întâmplă în contemporaneitate: „*Un interes în cercetarea bias-ului altor civilizații poate, prin sine, să sugereze un bias în propria noastră civilizație"* (1951, p.33). Cu alte cuvinte, cercetarea istorică a învederat un model explicativ, a cărui sferă de aplicabilitate nu se opreşte la porțile contemporaneității. Am spune că el capătă mai mult înțeles şi o valoare mai mare dacă este aplicat civilizației momentului. Din cel puțin două motive: pentru a vedea dacă se verifică şi în contextul în care a trăit autorul; în cazul unui răspuns afirmativ, pentru a preveni debalansul care a făcut atâta rău în evoluția imperiilor. Am putea spune că analiza istorică se împlineşte prin această analiză asupra situației din timpul vieții autorului.

Innis nu priveşte liniştit la societatea contemporană lui din persectiva preponderenței anumitor mijloace de comunicare şi vorbeşte deschis despre „bias-ul civilizației moderne datorită ziarului şi radio-ului". Sunt momente când analiza merge mai departe spre examinarea unor media şi a influenței lor dar, alteori, se menține în planul avertismentelor, al constatărilor precaute, dar foarte limpezi. „*Nu putem face mai mult decât să atragem atenția că trebuie să fim într-o permanentă alertă cu privire la influențele acestui bias şi poate să sperăm că implicațiile altor media asupra diferitelor civilizații să ne facă*

---

valorică a lucrărilor unui autor. Din punct de vedere istoric însă Empire este lucrarea în care Innis îşi fundamentează concepția, The Bias of Communication fiind, în cea mai mare parte, o reluare a principalelor idei din lucrarea apărută cu un an înainte. De altfel, între timp, Innis primise şi unele responsabilități practice şi nu avea răgazul să scrie într-un an de zile o nouă lucrare. Referindu-se la unele contradicții interne ale lucrării, dar şi la reluările de care am amintit, Menahem Blondheim, poate în cuvinte prea aspre, spune că "The Bias" "este imaginea în oglindă a unui om în vârstă şi grăbit"(2003, p.161).

să vedem mai clar bias-ul propriei noastre civilizații. Oricum, ar fi cazul să devenim mai precauți în ceea ce priveşte caracteristicile societății noastre. Putem presupune că folosirea unui mijloc de comunicare pe o perioadă lungă va determina într-o anumită măsură caracterul cunoaşterii care urmează să fie comunicată şi sugerează că influența sa dominantă va crea, în cele din urmă, o civilizație în care viața şi flexibilitatea vor deveni extrem de greu de menținut şi că avantajele unui nou mijloc vor deveni atât de importante, încât vor conduce la apariția unei noi civilizații" (1951, 34).

Câteva comentarii pe baza acestui citat. Nu este nici o îndoială că Innis sesizează acest debalans, „biasul civilizației noastre" şi este îngrijorat în legătură cu efectele sale. De ce este alimentat el? De „monopolul cunoaşterii" instituit de către preponderența presei scrise care a avut o adevărată „obsesie" cu privire la spațiu şi a neglijat „problemele continuității în timp". Civilizația contemporană este preocupată cu deosebire de extinderea în spațiu, manifestă un tip de unilateralitate îngrijorătoare. Este preocupată excesiv de prezent şi aşează într-un gen de paranteze atât trecutul cât şi viitorul. Un tip de inflexibilitatea este pe cale să se instaleze, de indisponibilitate de a privi spre alte domenii, de a examina şi alte probleme decât cele corelate cu extinderea spațială. Acest unilateralism al abordărilor anunță un blocaj, o epuizare de potențial, o lipsă de alternativă. Iată un discurs care va fi confirmat de evoluții ulterioare şi în care găsim motive ale unor scrieri din deceniile ce vor urma (să nu uităm suntem de-abia în 1951!).

Să insistăm puțin asupra afirmației „utilizarea unui mijloc de comunicare pe o perioadă lungă va determina într-o anumită măsură caracterul cunoaşterii". Nu recunoaşteți materialul din care a apărut „the medium is the mesage "? Revenim puțin asupra relației dintre mijlocul de comunicare şi cunoaştere. Un mijloc prezintă anumite caracteristici care îl fac apt să răspândească cunoaşterea mai degrabă în spațiu decât în timp sau invers. În fond, putem privi mijlocul de comunicare şi ca un pattern de distribuție, specializat pe axa timp sau pe axa spațiu. Ne apare limpede că dacă el este specializat pe axa spațiu, va difuza informații, date, abordări în concordanță cu această dimensiune. Nu va contribui la o diseminare de date, învățăminte corelate cu axa timp, nu pentru că nu doreşte, ci pentru că aceasta este natura sa. Care sunt consecințele dominanței unui singur mijloc de comunicare sau ale unor mijloace din aceeaşi familie? Treptat, aceasta prefigurează un tip de civilizație structurată doar pe dimensiunea spațială. O astfel de civilizație va fi din ce în ce mai străină de dimensiunea timp. Inevitabil apare o fractură adâncă, o divizare a societății. Astfel, putem înțelege mai bine şi sensul formulei „mijlocul este mesajul". Mijlocul respectiv transmite informații şi prefigurează atitudini în concordanță cu natura sa, cu „specializarea"

sa. Nu ne putem aştepta ca un mijloc apt pentru dimensiunea spaţiu să transmită informaţii, date, abordări despre dimensiunea timp. În acest sens, mijlocul este mesajul.

Mai trebuie să avem în vedere un aspect. Un mijloc de comunicare specializat pe axa spaţiu, de pildă, nu numai că transmite informaţii în sprijinul expansiunii spaţiale, ci şi selectează din cultura existentă acele date, acele interpretări aflate în concordanţă cu dimensiunea pe care o serveşte. În alţi termeni, un mijloc specializat prefigurează nu numai o anumită civilizaţie, ci lucrează şi retroactiv la sărăcirea artificială a civilizaţiei moştenite. Este normal ca un mijloc de comunicare specializat să selecteze din acumulările anterioare ceea ce se potriveşte cu natura sa. Cum acest ultim aspect, al acţiunii retroactive, este mai puţin discutat şi soluţia relevată de autor – recursul la un nou mijloc de comunicare cu o altă specializare – nu pare a fi foarte realistă dacă acţiunea primului mijloc a durat mult timp. Pentru că ne aflăm într-o „piaţă media" – mai puţin pregnantă la întretăierea anilor ’40 cu ’50 – şi un nou mijloc nu mai beneficiază de forţa necesară unei prefaceri dacă audienţele au fost modelate timp îndelungat de mijlocul de comunicare anterior.

Cum spuneam, analiza propusă de autor atinge uneori şi probleme mai concrete ale dezvoltării media, ale mijloacelor de comunicare care au înregistrat ascensiuni impresionante, ale impactului lor. Innis este preocupat de faptul că axa timpului dispare din aria priorităţilor societăţii moderne şi ţine să tragă un semnal de alarmă, intitulat semnificativ „A Plea for Time"(care formează un capitol de sine stătător al lucrării The Bias..), la care se adaugă volumul The Changing Concepts of Time(1952) Pledoarie care întregeşte îndemnul formulat şi în Empire şi cu alte prilejuri pentru reconsiderarea tradiţiei orale, pentru stimularea universităţilor care sunt structurate în jurul acestei tradiţii (în viziunea autorului, tradiţia orală consolidează dimensiunea timp a dezvoltării, conservă tradiţiile şi substanţa culturală a trecutului). Căldura cu care vorbeşte despre valoarea, bogăţia culturii orale, „aşa cum s-a reflectat ea în civilizaţia greacească" îl îndreptăţesc pe Donald F. Theall (1981, p.225) să vorbească despre un adevărat „bias" al autorului canadian către această tradiţie.

De altfel, pornind de la această tradiţie orală bogată care a contribuit la dezvoltarea unei culturi atât de diverse, autorul se raportează cu nedisimulată simpatie la Europa şi este chiar preocupat ca ea să-şi conserve această tradiţie împotriva „asaltului uniformităţii". „*Ţările europene se simt mai direct expuse influenţei americane şi ameninţării că < avantajele cumulative ale mărimii şi progresului tehnologic > ale SUA ar putea întări uniformitatea şi standardizarea cu implicaţii dezastruoase pentru cultura artistică a Europei şi pentru civilizaţia occidentală*"(1952, p.126). Evident, aici se detectează cu uşurinţă îngrijorările locuitorului

canadian care simte influența, presiunea şi chiar forța propagandei americane. Innis chiar precizează: "*americanii sunt cei mai buni propagandişti pentru că sunt cei mai buni advertizeri*"(1952, p.127). Dacă însă vom privi lucrurile prin intermediul preocupării sale pentru dimensiunea timp, pentru prevenirea procesului de sărăcire a civilizației occidentale, atunci demersul autorului canadian merită privit cu respect.

1.6. „Obsesia istoriei" nu poate fi suplinită de „obsesia momentului"

Îngrijorarea autorului este cu atât mai motivată cu cât dezvoltarea media scrise – cele care se adresează ochiului – au ajuns la o asemenea anvergură, au impus atât de mult dimensiunea spațiului, încât „amenință civilizația occidentală". A existat o competiție în cadrul mijloacelor de comunicare – apariția radioului putea marca un reviriment, mai ales că noul mijloc se adresează auzului – dar ambele mijloace au început să fie preocupate aproape exclusiv de numărul de cititori sau ascultători. Pentru a atinge acest scop, ele apelează la efemer. „Superficialitatea" a devenit esențială pentru sporirea ariei de adresabilitate şi cu cât aceasta din urmă este mai mare cu cât superficialitatea atinge cote mai înalte (n.n.întotdeauna numitorul comun al unei mulțimi numeroase este cât mai mic). Radioul nu numai că nu a corectat o asemenea tendință, dar a agravat-o adăugând nevoia de amuzament. Reluînd aserțiunea lui Williams James potrivit căreia gândirea americană „a părăsit Universitatea pentru publicații de zece cenți", autorul adaugă că în ultima perioadă „a trecut la radio şi televiziune". „*Cu aceste puternice dezvoltări, timpul a fost distrus şi devine din ce în ce mai dificil să asiguri continuitatea sau să soliciți o reconsiderare a viitorului"* (1951, p.83).

Este dificil de ieşit din această adevărată capcană a civilizației contemporane. În primul rând, pentru că asemenea dezvoltări tehnologice au întărit puterea de monopol asupra cunoaşterii din partea celor care au ştiut să valorifice avansurile tehnologice moderne în spiritul propriilor interese. Un monopol deținut, de data aceasta, de către structurile care organizează activitatea de publicitate. Astfel, se întăreşte concluzia că prefacerile de ordin tehnologic, „invențiile în comunicare" cum le mai spune autorul, nu înlătură monopolul, ci „obligă la realinieri în monopolul ori în oligopolul cunoaşterii". Un astfel de monopol este preocupat de alte criterii, animat de alte scopuri: distribuția cât mai largă care asigură nu numai câştiguri mai mari, ci şi o preponderență pe piață. Am amintit de sporirea numărului de cititori sau radioascultători. La care autorul menționează răspândirea ziarelor de seară. Ele au în vedere persoanele

care şi-au epuizat posibilitățile de concentrare mentală şi care doresc relaxare, „entertainment mai degrabă decât informare şi instruire”(1949, p.27). Schimbarea formatului, introducerea culorilor, accelerarea procesului de scoatere a ziarului au favorizat şi au răspuns cerințelor care animă structurile de publicitate.

Am mai făcut referire la o lucrare de dimensiuni restrânse a autorului, puțin avută în vedere, anume „Presa, un factor neglijat în istoria economică a secolului al XX-lea”(1949), reluată şi integrată într-un volum publicat cu trei ani mai târziu “Changing Concepts of Time”. Am reținut-o din două motive. În primul rând, pentru că sesizează caracterul unidirecțional al comunicării de masă şi lipsa preocupării pentru răspuns, pentru dialog real. *„Avansul tehnologic în comunicare are drept consecință o îngustare a conținutului şi o extindere a ariei de adresabilitate, în sensul că un număr tot mai mare de oameni pot recepta fără a mai avea posibilitatea de a răspunde direct. Celor care se află în postura de receptori la capătul unui sistem mecanizat şi centralizat li se interzice participarea la o discuție sănătoasă, viguroasă şi autentică. Introducerea unor invenții tehnologice proiectate special pentru lărgirea ariei de adresabilitate conduce la instabilitatea opiniei publice, fapt exploatat de cei care controlează invențiile respective”* (1949, p.36-37). Să nu uităm că suntem în anul 1949, când raportarea critică la comunicarea de masă nu apăruse sau nu era cunoascută de către Innis. Sursele bibliografice citate de autorul canadian nu numai că nu menționează nici o lucrare care să promoveze o asemenea raportare critică – de pildă Dialectic of Enlightement, publicată în 1944 – dar nu face trimitere la nici o altă lucrare care are cuvântul „comunicare” sau “media” în titlu, după cum precizează Menahem Blondheim (2003, p.173).

Un al doilea motiv este furnizat de preocuparea celor care controlează invențiile nu doar de a institui monopolul asupra space - biased media, ci şi de a sădi iluzia că dimensiunea timp este cultivată, că informațiile furnizate cu atâta operativitate nu fac decât să răspundă nevoii de a asigura continuitatea. În fond, cultul momentului, devenit surogat, instituie un tip de monopol asupra timpului, a unui timp sărăcit însă de dimensiunea sa istorică şi de încărcătura culturală. „Obsesia momentului” vrea să fie un răspuns la problema mult mai complexă a „obsesiei istoriei”.

De aceea, autorul este foarte rezervat că se va găsi o soluție, deorece opinia publică nu poate deveni un aliat; ea însăşi „este exploatată de cei care controlează invențiile”. În ultimă instanță, o prioritate esențială de ordin cultural ia forma unei recomandări perene: „*Abilitatea de a dezvolta un sistem de guvernare în care tendințele comunicării să fie cercetate iar o evaluare a semnificației spațiului şi timpului să fie*

realizată rămâne o problemă a imperiului şi a lumii occidentale"(1950, p.217).

1.7. Între determinismul tehnologic şi determismul comunicării

Există în legătură cu Şcoala de la Toronto aprecierea, destul de larg împărtăşită, că ea ar exprima pozițiile unui determinism tehnologic în zona comunicării. Este adevărat că reprezentanții acestei Şcoli accentuează importanța tehnologiei în procesele de comunicare. Poate şi această poziție a favorizat aprecierea de care aminteam. Deşi, sunt două lucruri complet diferite: una este să semnalezi importanța unui instrument, în cazul nostru al tehnologiei, şi cu totul altceva să consideri că totul se explică prin prisma instrumentului analizat. Această etichetă, născută mai mult prin alăturare decât prin analiză, este destul de bine instalată în literatura de specialitate. Este adevărat că ea se referă cu precădere la McLuhan şi, prin extensie, la toată Şcoala de la Toronto. De pildă, McQuail subliniază: "cea mai completă şi influentă variantă a determinismului media este probabil cea a istoricului economic canadian, Harold Innis… în special cum a fost ea elaborată de către Marshal McLuhan. Innis a atribuit trăsăturile caracteristice ale civilizațiilor antice succesive modurilor de comunicare dominante, fiecare dintre acestea având propriul "bias" în termenii formelor societale"(1994, p 97-98). La formularea aprecierii de deteminism tehnologic a contribuit mult, după părerea noastră, în primul rând formulele şocante ale lui McLuhan la care ne vom referi în curând, ca şi unele explicații ale lui Innis, cum ar fi cea de "monopol tehnologic" sau unele predicții potrivit cărora "folosirea unui mediu de comunicare pe o perioadă lungă de timp va determina într-o anumită măsură caracterul cunoaşterii care urmează să fie comunicată". Cel puțin în ceea ce-l priveşte pe Innis, considerăm că asocierea sa cu determinismul tehnologic este exagerată şi nu îşi găseşte suficiente temeiuri în opera sa. Aducem în sprijinul afirmației noastre următoarele argumente.

Innis nu încearcă să explice totul prin intermediul mijloacelor de comunicare; ceea ce îşi propune este să analizeze corelația, considerată esențială, dintre mijloacele de comunicare şi existența, evoluția, funcționarea imperiilor, a societății în ansamblu. O spune deschis: "*Voi încerca să conturez semnificația comunicării într-un număr mic de imperii, ca mijloc de a înțelege rolul său într-un sens general*" (1950, p.6). Şi parcă spre a preveni abordările unilaterale, revine asupra ideii subliniind: "*Ar fi prea mult să sugerez că evoluția civilizației a fost determinată de cuvântul scris sau vorbit"*(p.8). Să presupunem că una

este declarația de principiu cu privire la o problemă şi altceva analiza concretă. Deci să insistăm puțin asupra analizei propriu zise.

În analiza alternării mijloacelor de comunicare în Egiptul antic, vorbind despre legătura dintre anumite prefaceri sociale şi politice şi dominația anumitor mijloace autorul spune expres: "Profundele dereglări(disturbances) în civilizația egipteană generate de trecerea de la monarhia absolută la o organizare mai democratică *a coincis* (subl. ns) cu trecerea de la piatră ca mediu de comunicare sau ca bază de prestigiu, cum se vede în piramide, la papyrus" (1950, p.17). Deci nu este vorba despre o determinare, ci de faptul că un mijloc de comunicare favorizează o anumită dezvoltare, o anumită evoluție. Aşa cum, atunci când vorbeşte despre prefacerile din Imperiul roman, despre corelarea lor cu prefaceri în cadrul mijloacelor de comunicare, autorul este nuanțat "Răspândirea scrisului a *contribuit* (subl. ns) la prăbuşirea Republicii şi la ridicarea imperiului"(Ibidem, p121). Pe tot parcursul analizei, Innis foloseşte termeni nuanțați, şi face acest lucru, după părerea noastră, nu pentru a preveni unele critici, ci pentru că ei exprimau mai limpede specificul analizei şi explicațiilor sale.

Contraargumentul hotărâtor este acela că înțelesul întregii opere create de Innis este legat de nevoia de echilibru între cele două tendințe fundamentale. Poate vechii egipteni nu aveau prea multe posibilități de alegere. Dar, în ansamblu, echilibrul este asociat cu intervenția factorul de decizie la nivel social. Echilibru a probat evoluția Greciei, a Imperiului bizantin, a imperiului francez. Dezechilibrele nu trebuie puse în legătura cu tehnologia propriu zisă. Aceasta are propria sa natură şi nu putem să reproşăm faptul că o tehnologie este time sau space-biased. Dezechilibrul este pus în legătură întotdeauna cu acțiunea de decizie la nivelul ansamblului, acolo unde s-au sesizat preponderența unei tehnologii sau alteia şi tendințele spre unilateralitate pe care le induce o asemenea preponderență. Mai ales când este vorba despre "bias-ul civilizației noastre", acest lucru apare foarte clar. Dacă tehnologia ar determina totul, atunci care ar mai fi sensul pledoariei autorului pentru "timp", pentru continuitate, pentru istorie? Societatea, aşa cum reiese din analizele lui Innis, este capabilă să balanseze între "timp" şi "spațiu" prin stimularea unor tehnologii, folosirea corectă a altora şi este în măsură să asigure contrabalansul la eventuale tendințe monopoliste, prevenind astfel înghețarea într-o formulă care nu ar tolera alternativa, diferențierea. Deci nu putem vorbi despre un determinism. O tehnologie are anumite proprietăți şi ea generează "un bias" al comunicării. Dar al comunicării bazate pe acea tehnologie specifică. Echilibrul însă se poate realiza, cum am subliniat, la nivelul ansamblului.

Surprinzând acest lucru, Menahem Blondheim vorbeşte despre un "determinism invers"(inverted determinism) potrivit căruia "schimbarea

tehnologică este orientată şi afectată de către strategiile şi alegerile sociale", că, în fond, "*câinele social mişcă coada sa tehnologică şi nu aceasta îl mişcă pe el*" (2003, p171). De aceea, autorul american nu împărtăşeşte ideea unui determinism tehnologic, cel puțin în ceea ce-l priveşte pe Innis, dar vorbeşte, în schimb, despre un determinism al comunicării: "*Innis a fost un determinst al comunicării. El a considerat că procesele de comunicare şi instituțiile asociate cu el ca având efecte imense asupra naturii societăților şi asupra istoriei lor*"(2003, p172).

1.8. Semnificația comunicării

Cel care parcurge opera autorului canadian, analizele consacrate acestei opere, are sentimental stăruitor că Innis este puțin înțeles, indiferent că acest lucru este pus în legătură cu stilul, amploarea creației, imensul material informativ pe care îl întâlnim în lucrările sale. Principala caracteristică a demersului său este întemeierea istorică a viziunii asupra comunicării. Faptul că avem de-a face cu o întemeiere istorică a acestei viziuni, care solicită din partea noastră un considerabil efort de pătrundere, a indus un gen de comoditate, mai rău, de propensiune de a-l încadra pe Innis în formule cunoscute. Ceea ce este un alt fel de a omorî o operă, care se distinge prin unicitate. Dacă demersul urmat de Innis a fost unul interdisciplinar, atunci şi efortul de înțelegere trebuie să aibă o factură similară. Altminteri, ceea ce rezultă sunt doar abordări parțiale, secvențiale, unilaterale, numiți-le cum doriți, dar nu examinarea operei în ansamblu. Or opera lui Innis este unitară; exegeza ei poate lua forma diverselor analize parțiale, dar ea nu poate fi considerată satisfăcătoare până când nu oferă o analiză a operei în ansamblu. După opinia noastră, caracterul interdisciplinar ale creației este unul din principalele merite ale operei, iar caracterul "specializat", principala slăbiciune a exegezei. Pur şi simplu, nu sunt mărimi echivalente.

Adesea, este invocat ca obstacol în calea acestei evaluări de ansamblu şi stilul autorului canadian, uneori opac, adesea aforistic, nu de puține ori încărcat. Un stil care nu poate fi înțeles în mod adecvat "*dacă nu îl abordezi ca o încercare de a atinge, în scris, efectele discursului oral*"(Donald Theall, 1966, p.229). Acelaşi autor *menționează*: "*una dintre cele mai pătrunzătoare înțelegeri(insights) ale lui McLuhan a fost că a luat stilul lui Innis în serios*". Deci, aşa cum vom vedea, a preluat stilul aforistic şi l-a transformat într-o opțiune, ceea ce şi explică succesul de mai târziu al lui McLuhan. Stilul inegal al lui Innis, corelat cu amploarea creției, cu caracterul său interdisciplinar reprezintă obstacole reale, dar care nu justifică înțelegerile atât de diferite şi contradictorii ale

operei sale, asimilată când cu tradiția marxistă, cu geografia culturală sau teoria critică.

Innis a situat comunicarea la intersecția unor procese economice, sociale, istorice, tehnologice şi, prin aceasta, i-a conferit o altă importanță şi înălțime. Lectura atentă a operei sale vorbeşte despre o nemulțumire nemărturisită în legătură cu statutul comunicării şi nivelul ei de analiză. Ni se pare semnificativ că Innis, cum am mai spus, nu citează nici o lucrare care să aibă în titlu numele de "comunicare" sau media". Ceea ce ne vorbeşte despre dezamăgirea acută a autorului cu privire la cercetările din sfera comunicării. Constatările făcute pe baza cercetărilor sale economice privind evoluția Canadei i-au declanşat ideea, posibila interpretare, mult mai complexă, potrivit căreia comunicarea se află în relații strânse, deşi puțin sesizate, cu dezvoltarea economică şi socială. Aşa se explică întoarcerea sa asupra cercetării istorice, dar de data aceasta la nivelul sistemelor ample, reprezentate de civilizații şi imperii.

În ciuda acestei perspective, a orientat investigația deopotrivă asupra detaliului semnificativ. Numai pe o asemenea acumulare imensă de date şi informații putea fi întemeiată ipoteza că între evoluția sistemelor mari şi mijloacele de comunicare există o strânsă corelație. Numai bogăția informației, de fapte şi detalii a putut să ofere material convingător pentru ceea ce îşi propusese autorul, identificarea unui pattern în măsură să explice această evoluție. Meritul real şi demersul care impresionează sunt adesea citite prin intermdiul "contradicțiilor", reale şi ele, al inconsecvențelor sau inegalităților de stil. Considerăm deci că uneori opera este citită prin ceea ce nu are – deci prin slăbiciuni sau prin ceea ce nu şi-a propus – şi nu prin atuurile care o îndreptățesc la statutul de creație durabilă în sfera comunicării. Sferă în care, să recunoaştem deschis, nu avem o frecvență prea mare de creații semnificative, şi cu atât mai puțin creații de largă respirație şi întemeiere.

Ca să ne dăm seama de valoarea creației sale, trebuie să vedem cum era interpretată comunicarea până în momentul apariției lucrărilor sale. Erau două trei tendințe de fond care nu puteau să-l satisfacă pe autorul canadian. Se discuta despre relația presă - opinie publică, uneori într-o viziune săracă şi de influențarea decisivă a acesteia din urmă de către presă. Tarde asociază apariția opiniei publice cu apariția publicului, dar publicul însuşi era o creație a presei. Era, apoi, orientarea reprezentată de Şcoala de la Columbia, care se focalizase cu deosebire pe efectele mass media, pe ceea ce putea să inducă fluxul de informații în mintea şi comportamentul cititorului. Chiar dacă era orientată către efecte, sau tocmai de aceea, cercetătorii de la Columbia corectaseră interpretarea directă şi simplistă că media au o influență directă, mutând centrul de greutate al interpretării la nivelul societății, la nivelul grupurilor sociale.

Şcoala de la Chicago a conceput comunicarea mai mult decât o simplă distribuire de informații. Ca un proces prin care cultura este menținută, spirtul de comunitate al societății construit şi consolidat. De aceea, reprezentanții ei văd comunicarea antrenată în viața publică, unde are un foarte mare rol de jucat, prevenind dezvoltarea doar pe orizontală- "marea societate"- şi contribuind la structurarea ei internă pe dimensiunea timpului, cum ar spune Innis, la edificarea "marii comunități". Innis este influențat, neîndoielnic, de această viziune dar dezvoltarea ei este cu totul diferită. Reprezentanții Şcolii de la Chicago vadeau comunicarea ca un lucru în întregime pozitiv. Innis vorbeşte şi despre evoluții care nu sunt neapărat dezirabile. Comunicarea însăşi este supusă unei radiografii ale cărei rezultate îndeamnă la multă precauție şi la luări aminte.

Parțial, împărtăşim formula lui Menahem Blondheim care vorbeşte despre Innis ca despre un reprezentant al "determinismului comunicării", interpretând şi noi această formulă ca o afirmare răspicată a importanței comunicării, a înrâuririi pe care procesele de comunicare le au asupra dezvoltării şi evoluției sociale. Innis este, în acelaşi timp, şi unul dintre cei mai profunzi critici ai comunicării. Comunicarea, prin "bias-urile" sale, induce unilateralități mai ales pe termen lung, procese care pot genera o sărăcire spirituală, chiar blocaje şi înghețări de soluții şi alternative. Prin urmare, autorul canadian surprinde impactul social al comunicării dar este şi primul care dezvoltă critica acestui impact şi invită la acțiuni de prevenire, de corectare, de asigurare a echilibrului. Conceptul de "bias" este şi va rămâne una dintre cele mai cunoscute şi recunoscute formule nu numai din câmpul comunicării, ci al cercetării sociale în ansamblu.

Opera lui Innis reprezintă o creație care nu a ridicat doar comunicarea la o altă înălțime; ea a sondat mult mai adânc conținutul comunicării şi a oferit un corp de judecăți care conturează dimensiunile istorice ale evoluției comunicării şi formulează, în acelaşi timp, probleme critice ale teoriei comunicării. Pledoaria sa pentru valorificarea tradiției orale nu are doar sensul de a reface dimensiunea timp, exprimată prin tradiții, conservare istorică, continuitate culturală, ci şi de a recupera sfera de cuprindere a comunicării ca atare, care nu poate fi redusă la comunicarea de masă. Innis scoate comunicarea de sub diferite decupaje sectoriale, pentru a o reda în toată complexitatea ei. Anumite ramuri sau domenii ale comunicării pot conduce la dezvoltări unilaterale, comunicarea în ansamblu, nu. De aceea, unul din marile merite ale autorului canadian este şi refacerea acestui sens plenar al comunicării, refacere care, să nu uităm, are loc după ce este făcută constatarea: predominanța anumitor laturi pot conduce la efecte nedorite. Comunicarea – în acest sens plenar – este un alt nume pentru nevoia de echilibru la care conduce toată opera lui Innis.

"Cărţile sale sunt lucrări pe marginea cărora trebuie să meditezi" spunea cu îndreptățire Carey. Îndemn cu atât mai actual cu cât, în cazul lui Innis, a lipsit uneori nu numai meditația, ci chiar şi disponibilitatea de a medita.

2. Marshall McLuhan: autorul cel mai cunoscut din sfera comunicării

Cum precizam anterior, Marshall McLuhan este poate cea mai cunoscută personalitate din domeniul comunicării. În legătură cu el a apărut o legendă a cercetătorului care, însfârşit, a pătruns procesul controversat al comunicării şi a reuşit să-l redea în formule simple, adevărate, apropiate de înțelegerea oamenilor. De pildă, Tom Wolfe (1997, p33) apreciază că McLuhan este "cel mai important gânditor de la Newton, Darwin, Freud, Einstein şi Pavlov". Iar Norman Mailer sugerează că judecățile lansate de autor "the medium is the message" şi the "global village" sunt printre "cele mai adânci formulări ale secolului al XX-lea". Ne aflăm în fața unei probleme foarte delicate. O analiză obiectivă impune o operație de decopertare a straturilor aşezate de legendă, de popularitate; în acelaşi timp, nu putem să nu recunoaştem forța de sinteză, de percuție a formulelor lansate de McLuhan şi să nu ne dăm seama că el a făcut enorm pentru domeniul comunicării, pentru cunoaşterea sa, lucru deloc de neglijat mai ales când avem de-a face cu un câmp de cercetare nou.

Impactul creației lui Luhan se datorează şi faptului că multe dintre gândurile sale "sunt împărtăşite în limbajul metaforei". Pe de o parte, metafora stimulează reflecția, forțează diverse interpretări, mai ales că de multe ori avem de-a face cu metafore sugestive, lansate de o personalitate cu o pregătire în domeniul literaturii pe care nimeni nu o pune la îndoială (paginile sale despre Shakespeare, Joyce, Eliot reprezintă o mărturie). Pentru o abordare analitică, un asemenea stil constituie un impediment. William Kuhns avea dreptate să releve că "geniul său pentru formularea condensată se aliază cu stilul divagator, neconsecutiv şi adesea încâlcit"(2006, p.394).

Canadian prin naştere dar american dacă avem în vedere unde a cunoscut consacrarea şi a petrecut anii maturității profesionale, Marshall Mc Luhan s-a născut la 21 iulie 1911 în Edmonton, Alberta; urmează cursurile de engleză şi filozofie ale Universității din Manitoba. În 1937 se convertește la romano catolicism; după aceea, este angajat la Universitatea din St. Louis, una dintre cele mai bune universități catolice din SUA. Ia doctoratul la Cambridge şi, apoi, îl găsim ca şef al departamentului de engleză al colegiului din Windsor, Ontario. În 1946 se

mută la Universitatea din Toronto. În 1952 publică prima lucrare "The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man (Mireasa mecanică: folclor al omului industrial), în care examinează impactul publicității asupra societății şi culturii (lucrarea se bucură de recenzii favorabile dar nu se vând decât câteva sute de exemplare). Împreună cu Edmund Carpenter fondează revista Explorations, focalizată pe probleme de limbă şi media. Invitat special la reuniunea anuală a Asociației Broadcaster-ilor în Omaha, Nebraska, McLuhan rosteşte pentru prima dată formula "the medium is the message"(1958). Un an mai târziu devine director al proiectului mijloacelor de comunicare de pe lângă National Association of Educational Broadcasters şi United States Office of Education. Raportul întocmit în această calitate şi publicat este considerat drept "prima ediție" a lucrării "Understanding Media: The Extensions of Man". În 1962 apare "The Gutenberg Galaxy: The making of Typografic Man" (Galaxia Gutenberg: apariția omului tipografic). Apoi înființează Centrul pentru Cultură şi Tehnologie la Universitatea din Toronto. În 1964 republică lucrarea Understanding Media în editura McGraw-Hill•, ediția considerată de referință a lucrării. Este momentul care îl catapultează în primele rânduri ale dezbaterii privind influența media. Faima sa creşte rapid, fapt dovedit de tirajul lucrării următoare, apărută în colaborare cu Quentin Fiore, The Medium is the Message: An Inventory of Effects (Mijlocul este mesajul: un inventar al efectelor) din care se vând peste 1 milion de exemplare în toată lumea; sau de numirea sa în calitate de consilier pe probleme de comunicare socială la Vatican. De la mijlocul deceniului opt, popularitatea şi influența sa scad. Supraexpunerea la media, dar şi schimbarea contextului cultural favorizează această tendință. În 1980 se stinge din viață. Postum apare "The Global Village" având ca autori pe McLuhan şi Bruce Powers.

La dificultățile de prezentare a creației lui McLuhan, de care am amintit, se mai adaugă una. Fiecare dintre noi avem în minte "un McLuhan", în sensul că, de-a lungul vremii, ne-am făcut o imagine despre autorul Galaxiei Gutenberg. Acum va trebui să dialogăm şi cu "acest McLuhan" pe care îl avem în minte, să îndepărtăm anumite formule clişeu şi să pătrundem mai adânc contribuția sa la studiul comunicării. Considerăm că este potrivit să încercăm, mai întâi, o familiarizare cu viziunea generală despre comunicare a lui Marshall McLuhan. După aceea, vom discuta şi sensul formulelor sale atât de cunoscute care nu pot fi înțelese cum se cuvine decât în contextul operei.

• Lucrarea, cum remarca Janine Marchessault, este cu mult mai puțin un colaj experimental şi o juxtapunere retorică, cu mult mai puțin enciclopedică decât Galaxia Gutenberg. Ceea ce, consideră autoarea menționată, "este consecința directă a activității editorilor de la Mc Grow-Hill, care nu au admis utilizarea citatelor decât pentru argumentarea expunerii"(2005 p.169)

După părerea noastră, McLuhan preia de la predecesorul său idei de bază – biasul civilizației noastre, tratarea mijloacelor de comunicare în funcție de simțul cărora li se adresează - pe care le aplică nu neapărat situației media din timpul său, ci unui stadiu anticipat. De aici caracterul şocant al aprecierilor, pentru că ele au în vedere mai ales o situație care va veni, o situație anticipată. La care se adaugă, indiscutabil, propensiunea către paradox şi exprimare aforistică a autorului. Opțiunea pentru o asemenea exprimare nu este întâmplătoare, pentru că ea urmăreşte să stimuleze dialogul autorului cu cititorul, dar şi dialogul acestuia din urmă cu el însuşi. O formulă şocantă, o formulă pe care simți că nu o pătrunzi până la capăt te urmăreşte, te preocupă mai tot timpul, pentru a-i afla dezlegarea, înțelesul cel mai potrivit. Eric McLuhan, fiul autorului de care ne ocupăm, face o mărturisire instructivă. "*Tatăl meu a decis în anii 60, că ar trebui să-şi prezinte ideile cât poate mai mult într-un stil aforistic.. Aforismul este o formă poetică dar care solicită o mare participare a cititorului…Nu există participare atunci când te rezumi doar să spui ca unor simpli consumatori că trebuie să stea acolo, să "înghită" un lucru sau nu. Stilul aforistic îți dă posibilitatea să porți un dialog, să angajezi oamenii în procesul de descoperire*" (1997, p.45). Pentru comunicare, este o remarcă esențială. Formula obosită, stereotipă nu trezeşte nici un interes şi nu declanşează nici un dialog. Există o cerință esențială ca mesajul să trezească interes: el trebuie să se deosebească de vuietul de mesaje care înconjoară omul contemporan, cum spunea Wilbur Schramm în anii 50. Nu ştim dacă McLuhan a cunoscut această cerință, dar a intuit-o şi a aplicat-o cu o mare virtute. Ceea ce înseamnă că era un foarte talentat comunicator.

Donald F Theall reproduce din scrisoarea lui Luhan către deținătorul premiului Nobel, John Polanyi: „*Întotdeauna am găsit întrebările mai interesante decât răspunsurile, sondările mai provocatoare decât rezultatele. Întreaga mea operă a fost experimentală în sensul studierii mai degrabă a efectelor decât a cauzelor, a percepțiilor decât a conceptelor"*(2001, p.15). Deci avem de-a face cu o opțiune pentru expunere diferită. Prin urmare şi analiza trebuie să respecte premisa aleasă de autor.

2.1.Dictatele celor două revoluții

Potrivit lui Luhan, istoria consemnează trei mari epoci istorice de comunicare. Epoca oralității, dominată de conversație ca mijloc propriu zis de comunicare. Conversația antrenează toate simțurile în procesul comunicării şi este participativă. Discuți cu o persoană, avansezi păreri, opinii, faci un schimb de impresii, esti de acord cu ceva şi în dezacord cu

altceva. De aceea, o asemenea formă de comunicare antrenează persoana şi toate simţurile sale deodată, chiar dacă auzul rămâne simţul dominant. Urmează apoi ciclul culturii scrise care are particularităţile sale distincte. El instalează văzul ca simţ dominant şi introduce o disociere între văz şi celelalte simţuri, care devin secundare. Trecerea la acest nou ciclu este marcată de două descoperiri fundamentale: inventarea scrierii fonetice (ceea ce înseamnă transformarea sunetelor, fără nici o semnificaţie, în simboluri vizuale, de asemenea lipsite de semnificaţie) şi inventarea tiparului, care industrializează scrierea fonetică. Nu înseamnă că în acest ciclu, convorbirea dispare, dar ea este din ce în ce mai mult influenţată de către tradiţia scrisă şi urmează cumva traseul prefigurat de către textul scris sau tipărit. Al treilea ciclu este marcat de către apariţia electricităţii şi a tehnologiilor pe care le-a favorizat: telegraful, telefonul, televizorul şi, mai târziu, computerul. El prilejuieşte o reorchestrare a simţurilor, similară cu cea pe care o întâlnim în epoca oralităţii, favorizează trăsături similare cu cele care au precedat tiparul. Dacă alfabetul şi tiparul au hrănit şi stimulat un proces de fragmentare, de specializare şi de detaşare, tehnologia electrică încurajează şi stimulează unificarea şi implicarea.

Nu este greu de observat că, în viziunea autorului de care ne ocupăm, evoluţia comunicării şi, prin aceasta, a întregii istorii umane, este marcată de două revoluţii tehnologice majore: cea a inventării tiparului, înfăptuită la jumătatea secolului al XV-lea, şi a doua, cea a electricităţii, realizată către sfârşitul veacului al XIX-lea. Cele două revoluţii apelează la alte simţuri pentru că folosesc alte tehnologii iar acestea, la rândul lor, reconfigurează modul nostru de gândire, întreaga structură psihologică a fiinţei umane. Transformare de care nu suntem de fiecare dată conştienţi.

Există, după opinia noastră, un citat cheie pentru înţelegerea modului cum acţionează tehnologia asupra omului şi, apoi, asupra societăţii în ansamblu. *"Oamenii se schimbă,* precizează Luhan, *când se schimbă raporturile dintre simţuri. Iar acestea se schimbă când vreunul dintre simţuri sau vreo funcţie corporală sau mintală este exteriorizată sub formă tehnologică"*(1975, p.422). De aceea, este foarte important să ne reprezentăm clar ce înţelege autorul canadian prin tehnologie. Pentru Mc Luhan, tehnologia este o extensie a fiinţei umane: toporul este o extensie a braţului iar roata a piciorului etc. Instrumentele pe care le confecţionează omul sunt menite să amplifice în primul rând puterea lui fizică, forţa de intervenţie în lumea naturală, capacitatea de a face faţă diverselor provocări. Tehnologia comunicaţională este, din această perspectivă, cu totul particulară, în sensul că ea se corelează cu activitatea de gândire, cu însuşirea specific umană de a-şi reprezenta în mod simbolic realitatea, de a organiza într-un tot coerent lumea percepţiilor şi a simbolurilor; prin urmare, ceea ce particularizează tehnologia

comunicațională este faptul că reprezintă prin excelență o extensie a minții. Dacă tehnologia în general este o extensie a omului, tehnologia comunicațională este prin excelență o extensie a minții umane.

Să insistăm puțin asupra acestei formule - extensie a ființei umane. Fiecare mijloc de comunicare apelează cu predilecție la un simț şi favorizează o ierarhie a importanței simțurilor în procesul comunicării. Conversația, ca prim mijloc de comunicare, dominantă în epoca oralității, apelează la toate simțurile ființei umane: auz, văz, simțul tactil, olfactiv. În timpul unei discuții cu o persoană este solicitat în primul rând auzul, dar este folosit, în acelaşi timp, văzul, simțul tactil sau olfactiv. Evident, rolul esențial revine auzului. De aceea, cultura orală mai este denumită şi "ear oriented culture". Dar ea este cultura care favorizează angajarea celorlalte simțuri într-o combinație particulară. Simțul olfactiv sau văzul pot furniza foarte multe date despre partenerul cu care avem conversația şi ajută efectiv ca procesul comunicării să fie cât mai complet. În culturile orale, simțurile "colaborează", "interacționează" dar sub "tirania covârşitoare a urechii". De aceea, în această cultură "hearing is believing".

Lucrurile se schimbă radical în momentul în care progresul tehnologic a favorizat o altă selecție a simțurilor şi a instituit prevalența văzului. Când a avut loc această prefacere istorică din punctul de vedere al comunicării? Când a fost descoperit alfabetul fonetic şi, apoi, când a fost inventat tiparul. Aceste două momente strâns legate între ele - crearea alfabetului fonetic şi inventarea tiparului ("fără alfabet nu ar fi existat Gutenberg") - au condus la o revoluționare a folosirii simțurilor. Nu este vorba doar despre faptul că alfabetul fonetic şi tiparul i-au dat omului "un ochi în schimbul unei urechi". Deci nu avem de-a face doar cu detronarea unui simț de către altul, care devine dominant. Sau cu faptul că văzul devine principalul simț solicitat în procesul comunicării, iar cultura scrisă ia forma unei culturi eye-oriented. Că de-acum "seeing is believing". Potrivit lui McLuhan, prefacerea de profunzime are loc de aici încolo.

În primul rând, se pune capăt folosirii concomitente a tuturor simțurilor în procesul comunicării. Ne amintim că în cultura orală aveam de-a face cu o dominare a auzului, dar celelalte simțuri erau şi ele antrenate şi puteam vorbi de o "colaborare", de o "interacțiune" a lor în procesul comunicării. Instalarea văzului ca simț dominant conduce la "separarea completă a văzului de celelalte simțuri"(1975, p. 82), la o "disociere a simțurilor", la o adevărată "prăpastie între ochi şi ureche". De fapt, avem de-a face cu o izolare a văzului de celelalte simțuri în procesul comunicării. „*Alfabetul fonetic a redus folosirea concomitentă a tuturor simțurilor, care este exprimarea orală, la un simplu cod vizual"*(1975, p. 85). Cultura alfabetului fonetic şi a tiparului au debutat cu o fractură care, după aceea, s-a generalizat la nivel social într-o

fragmentare generalizată: „*de la descoperirea alfabetului, în lumea occidentală a dominat o tendință constantă spre separarea simțurilor, funcțiilor, operațiilor, stărilor emoționale şi politice, precum şi a sarcinilor, ceea ce a dus la acea fragmentare care s-a încheiat, după Durkheim, în anomia secolului al XIX-lea"* (1975, p.82).

Consacrarea văzului nu numai ca simț dominant, ci ca simț care asigură, practic, procesul de comunicare, facilitează procesul de detribalizare a ființei umane "Tribalizarea" în sens luhanian desemnează stadiul în care mijloacele orale dețin o preponderență clară în structurarea şi transmiterea informației. Cultura tiparului "detribalizează", ceea ce înseamnă că asigură prioritatea valorilor vizuale în organizarea gândirii. *„Atâta vreme cât oamenii nu au dat o valoare deosebită componentei vizuale, comunităţile lor nu au cunoscut decât organizarea tribală. Detribalizarea individului a fost întotdeauna, cel puțin în trecut, legată de o intensificare a vieții vizuale, provocată de scriere, şi numai de scrierea de tip alfabetic...Căci scrierea ...este o abstragere a vizualului din interacțiunea obişnuită a simțurilor. În timp ce cuvântul este o extensiune (sau o expresie) a tuturor simțurilor noastre deodată, scrisul abstrage ceva din vorbire*" (1975, p.83).

Detribalizarea înseamnă în acest context sfârşitul perioadei în care omul participa la procesul comunicării angajându-şi întreg echipamentul senzorial; concomitent, detribalizarea marchează momentul în care un simț, cel al văzului, devine dominant şi instituie o disociere de celelalte simțuri. Ce înțelegem prin acest lucru? Celelalte simțuri sunt prezente dar gradul lor de solicitare este minim. Se poate transmite un mesaj doar scriind acel mesaj; aşa cum se poate recepta un mesaj citind un bilet, un articol sau o carte. Deci văzul nu este numai dominant, ci aproape epuizează câmpul comunicării. În sfârşit, detribalizarea semnifică debutul unui proces de specializare a ființei umane, axat pe acelaşi simț, văzul. De-acum în procesul comunicării mai totul gravitează în jurul văzului. Omul îşi va dezvolta personalitatea pornind de la caracteristicile acestui simț şi a tehnologiei care reprezintă prelungirea sa – pagina scrisă sau tipărită. Dacă dorim să înțelegem evoluția omului, va trebui să înțelegem caracteristicile paginei tipărite, ca obiectivare a văzului. Ea reprezintă un gen de oglindă în care vom putea descifra cum a evoluat ființa umană.

Cultura scrisă, potrivit lui Luhan, a încurajat individualismul şi specializarea. Afirmație care poate fi înțeleasă cel puțin în două sensuri. În primul rând, cartea tipărită „avea să fie prilejul şi instrumentul individualismului şi exprimării personale în societate". Atâta vreme cât cartea era produsul scribilor, autorii erau foarte puțin cunoscuți şi nu exista preocuparea de a-i cunoaşte. Cultura scribală avea să precizeze Luhan, nu cunoştea nici autorii, nici publicul, aşa cum i-a creat tipografia. Publicațiile tipărite au reprezentat un mijloc ideal pentru cucerirea faimei

şi a celebrității. „*Până la apariția cinematografiei nu a existat nicăieri în lume un mijloc atât de eficient cum e cartea în ceea ce priveşte difuzarea unei imagini personale”*(1975, p.219).

Pe de altă parte, comunicarea orală pretindea prezența fizică, participarea, contactul nemijlocit cu alte persoane. Pagina tipărită conferă posibilitatea persoanelor individuale să se retragă, să mediteze pe marginea textului scris, dincolo de tumultul activităților în care este angajată comunitatea din care face parte. Tipăritura încurajează cercetătorul solitar, stimulează formarea punctelor de vedere şi interpretărilor individuale, cultivă diferite forme de <închidere>. Ea detribalizează individul, în sensul că acesta nu mai este nevoit să participe alături de ceilalți în procesul comunicării. El se poate realiza urmând un traseu individual. Dialogul dintre persoane, caracteristic culturii orale, poate fi înlocuit cu dialogul dintre persoană şi textul parcurs. Individul devine o imensă retortă în care se topesc idei, interpretări, puncte de vedere conținute de textul tipărit. Procesul de cunoaştere semnifică, în primul rând, asimilarea informațiilor din cărți şi afirmarea individuală pe această bază.

Cultura tiparului mai favorizează un proces extrem de important: dezvoltarea şi înflorirea naționalismului. Ea ajută în primul rând la consacrarea limbii materne pe un spațiu geografic dat şi la standardizarea vernacularului. În felul acesta, cultura scrisă încurajează afirmarea conştiinței de sine a marilor comunități umane. De menționat că stimularea naționalismului nu a fost un obiectiv, ci o consecință. O consecință a unei nevoi economice. Pentru a putea fi rentabilă, cartea tipărită trebuia să apară într-un număr cât mai mare de exemplare şi să fie vândută cât mai multor persoane. Condiția tehnică pentru tipărirea cărții într-un număr cât mai mare exista. Mai era nevoie de condiția economică, adică de existența pieței, a publicului, de posibilitatea ca o carte să fie cumpărată de către un număr cât mai mare de persoane. Prin urmare, cartea tipărită trebuia să-şi creeze publicul. Şi prima condiție în acest sens era apelul la o limbă accesibilă, care nu putea fi decât limba populară, la început, limba națională, după aceea. Acest salt şi această descoperire se datorează tiparului. „*Din întreaga producție de cărți de până la 1500, reprezentând cincisprezece sau douăzeci de milioane de exemplare, partea cea mai mare , 77%, era în latină. Dar, aşa cum cartea tipărită a înlăturat manuscrisul în primul deceniu al secolului al XVI-lea, tot astfel limbile naționale au înlocuit curând latina. Căci era inevitabil ca teritoriul limbii naționale să ofere cărții tipărite o piață mai largă decât cea pe care o constituia elita internațională clericală a cititorilor de latină...Întrebarea <ce doreste publicul?> a avut de la început o importanță capitală pentru tipar”*(1975, p.336).

Descoperind limba națională şi, apoi, descoperind ideea de piață şi accelerând formarea ei pe teritoriul pe care se practica limba respectivă, tiparul a devenit un gen de „arhitect al naționalismului”. Cuvântul tipărit a răscolit întreaga ordine a societății şi a prefigurat noi modalități de organizare a unor activități esențiale pentru om şi pentru ordinea capitalistă care tocmai se năştea. „*Cartea a fost prima maşină de învățat şi, de asemenea, primul bun produs la scară de masă*”(1994, p.174). Nu vom putea înțelege sistemele de organizare capitaliste de mai târziu în afara impactului produs de introducerea tiparului, spune Luhan. Mai ales în ceea ce priveşte prefigurarea organizării secvențiale, consacrată de lucrul pe bandă şi de structurarea compartimentală.

2.2. Mijlocul determină modurile de percepție

Pentru studiul comunicării, mult mai importantă este o altă consecință a instalării văzului ca simț dominant şi cvasiexclusiv. Ce sunt instrumentele de comunicare? Ele nu reprezintă, cum ne apare la prima vedere, doar forme de a transmite informații, de a asigura schimbul de date şi opinii dintre indivizi şi comunități umane. Ele semnifică mult mai mult, pentru că reprezintă o modalitate particulară de a cunoaşte şi înțelege lumea în care trăim. Preponderența văzului nu înseamnă doar utilizarea lui masivă, ci modelarea experienței noastre de cunoaştere, orientarea percepției, structurarea gândirii în concordanță cu particularitățile acestui simț. Selectăm din realitate ceea ce corespunde simțului angajat în perceperea acelei realități, în cazul de față al văzului. Sistematizăm aceste percepții, fixăm experiența noastră de cunoaştere tot în funcție de particularitățile aceluiaşi simț. Are loc un tip de specializare, chiar de unidimensionalizare a structurii de cunoaştere a ființei umane pornind de la poziția dominantă a acestui simț. Lucrurile nu se opresc aici. Extragem din realitate ceea ce corespunde particularităților organului respectiv şi, astfel, simplificăm această realitate; în plus, după aceea, vom proiecta asupra a tot ceea ce ne înconjoară imaginea simplificată şi, prin urmare, deformată, construită pe baza utilizării exclusive a văzului.

Deci cultura tipografică are o influență mult mai profundă care vizează structurile noastre de cunoaştere, modelul nostru mental de a privi şi interpreta lumea. În viziunea lui Luhan, există câteva caracteristici ale acestui model. În primul rând, dorința de a separa lucrurile în unități elementare, care, în cazul paginii tipărite, sunt reprezentate de către cuvinte. Apoi tendința de a vedea realitatea fragmentată în unități discrete, de a găsi relații cauzale şi o ordine lineară, de a identifica în

natură ordinea geometrică a paginii tipărite. În sfârşit, propensiunea de a transfera tuturor celorlalte activități – guvernarea, arta, educația – caracteristicile principalului mijloc de comunicare şi logica lui particulară în organizarea experienței vizuale. Concepem activitatea noastră în toate aceste domenii în spiritul modelului fragmentar, linear şi cauzal impus de pagina tipărită şi, deci, aplicăm realității constrângerile propriului model. În felul acesta ne depărtăm de ceea ce pretindem că reflectăm şi cunoaştem. Lumea percepțiilor şi reprezentărilor noastre intră într-un tip de divorț din ce în ce mai vizibil cu lumea în numele căreia vorbeşte. Acest tip de influență a mijlocului, profundă şi durabilă, exprimă un sens esențial, dacă nu sensul esențial al formulei „mijlocul este mesajul". O spune chiar autorul: „Iată adevăratul sens al formulării repetate frecvent de mine, < mijlocul este mesajul>: mijlocul determină modurile de percepție…"(1994, p.278).

Fiecare mijloc de comunicare posedă o logică a sa în orientarea percepției şi organizarea experienței. Când un mijloc de comunicare este dominant într-o epocă, el prefigurează pentru utilizatorii săi – care nu sunt membrii unui segment social sau ai unei clase, ci practic membrii unei comunități umane – ceea ce este corect, ceea ce este adevărat. Cum remarca şi Carey „*mijloacele de comunicare, de aceea, stabilesc nu numai la ce să gândească cineva, ci cum să gândească"*(1968, p.289). Ambiția lui Luhan este să surprindă „gramatica" inerentă mijlocului de comunicare, forma în care el modelează nu doar gândirea, ci chiar sensibilitatea epocii în care este dominant. Iată, deci, o altă dimensiune, mai adâncă, a formulei „mijlocul este mesajul".

În cele din urmă, mijloacele de comunicare ne schimbă şi pe noi înşine, cei care la prima vedere le utilizăm în procesul de comunicare. Ne schimbăm fără să ne dăm seama, pentru că ele, la rândul lor, ne solicită anumite dimensiuni ale echipamentului nostru senzorial şi prefigurează un gen de portret al nostru pe baza simțurilor la care apelează o tehnologie sau alta; cum apelul se face în mod covârşitor la văz, epoca marcată de tipar favorizează o dezvoltare unilaterală a noastră. Mijlocul de comunicare prefigurează un tip de percepere a realității, în funcție de natura sa; dar aceeaşi măsură ne-o impune şi nouă înşine. Suntem influențați şi noi aşa cum este influențat procesul de percepție propriu zisă „*Devenim ceea ce deținem... Modelăm uneltele, instrumentele noastre şi după aceea ele ne modelează pe noi*".

2.3. Întâlnirea cu electromagnetismul

Modelul culturii scrise a putut funcționa atâta vreme cât nu apăruse un nou salt tehnologic, o nouă inovație care să propună alt model mental.

Or, cum mărturiseşte autorul, faza tipografică este confruntată astăzi cu noile forme ale lumii electronice. Noua tehnologie apelează nu numai la văz, ci şi la celelalte simțuri şi, din acest punct de vedere, prezintă paralelisme cu epoca orală, cu perioada culturilor nonalfabetice. Este o răsturnare dramatică pe care, după opinia autorului candian, lumea nu o sesizează. Din perspectiva analizei sale, civilizația bazată pe tipar, pe acel model care presupune relații cauzale, caută ordinea, argumentele non contradictorii, stimulează specializarea şi compartimentalizarea cunoaşterii, este depăşită. Cum depăşite sunt educația sau guvernarea inspirate de un asemenea model.

Epoca electrică, după propria denumire, reprezentată de telegraf, de radio, de televiziune, de computere, marginalizează importanța culturii scrise şi inaugurează un alt model dominant. Televiziunea, pentru a insista doar pe unul din mijloacele de comunicare generate de epoca electrică, nu reprezintă doar un nou instrument de transmitere a informației, ci o nouă modalitate de organizare a experienței noastre de cunoaştere. Televiziunea apelează la mai toate simțurile ființei umane. Ea antrenează nu numai văzul, ci şi auzul sau simțul tactil, face apel la toate simțurile noastre. Cu alte cuvinte, televiziunea preilejuieşte o reorchestrare a simțurilor noastre, iar prezența şi interacțiunea acestora prefigurează un alt model şi ne avertizează cât de riscant este să utilizăm acelaşi model, depăşit, al culturii tiparului. Iată cum sistematizează Lewis H.Lapham (1994, Introducere) înțelesurile propuse de către cultura tiparului şi cele specifice mediei electronice

Trăsături dominante

Tiparul	*Media electronice*
Vizual	Tactil
Mecanic	Organic
Secvențial	Simultan
Elaborat	Improvizat
ochi	Ureche
activ	Reactiv
expansiune	contracție
complet	incomplet
monolog	voci orchestrate
clasificare	recunoaşterea patternurilor
centru	margine
continuu	discontinuu
sintaxă	mozaic
exprimare de sine	terapie de grup
omul tipografic	omul grafic

În Understanding Media, Luhan descrie schimbarea prilejuită de trecerea de la cultura scrisă la cultura media electronică. Până la inventarea electricității şi a descoperirilor tehnologice pe care le-a făcut posibile, extensiunile omului priveau capacități fizice – cum ar fi roata pentru picior, toporul pentru braț şi mijloace relaționate cu mintea, de pildă scrierea. În noua epocă avem de-a face cu extinderea sistemului nervos central. "*În timpul epocilor mecanice, am extins corpurile noastre în spațiu. Astăzi, după mai mult de un secol de tehnologie electrică, am extins însuşi sistemul nostru central la nivel global, abolind atât spațiul cât şi timpul, cel puțin în ceea ce priveşte planeta noastră"*(1994, p.3). Potrivit lui Luhan, nu este vorba despre faza finală a extensiunilor omului; ceea ce trăim în prezent anunță această fază, anume "simularea tehnologică a conştiinței", când "procesul creativ al cunoaşterii va fi…extins la nivelul societății umane, aşa cum am extins simțurile şi nervii prin diferite mijloace"(1994, p.3-4).

Am menționat deja că orice extensiune tehnologică importantă generează o reorganizare, o reorchestrare a simțurilor şi are efecte asupra întregului complex psihic şi social al omului. Cum de data aceasta este vorba despre o extensie mai complexă, care are în vedere sistemul nervos central, şi consecințele urmează să fie mai ample, impactul social mai substanțial. De aceea, autorul a simțit nevoia să consacre acestei problematici o carte – Understanding Media, cu subtitlul semnificativ The extensions of Man. Luhan consideră că fiecare cultură şi fiecare epocă au propriul model de percepție şi de cunoaştere pe care sunt înclinate să-l impună tuturor. Trăsătura distinctivă a epocii dominate de electricitate este "schimbarea radicală față de paternurile impuse". Dintr-o dată, oamenii sunt animați de dorința nu de a se exprima printr-un mijloc, reprezentând extensia unui simț, ci de a-şi afirma integral ființa. În felul acesta, s-ar ajunge la o armonie la care segmentarea propusă de epoca tiparului nici nu putea gândi.

Prima condiție în această direcție este studierea atentă a tehnologiilor, a media prin care extindem ființa noastră. Demers care trebuie făcut fără prejudecăți, eliberați de constrângerile tradiției şi ale convenției. Ca şi în cazul depresiunilor economice, şi în cazul media singura modalitate de a le înțelege şi de a le stăpâni este "mai buna înțelegere a dezvoltării lor". Luhan realizează importanța pe care a căpătat-o media şi consideră că nu mai putem înțelege cu adevărat omul fără să înțelegem natura adevărată a "extensiilor", a proiecțiilor şi obiectivărilor sale.

2.4. The medium is the message

Nu vom putea înțelege creația lui Luhan fără a pătrunde cum se cuvine înțelesul formulei „mijlocul este mesajul". Formula aceasta „the medium is the message" exprimă quintesența investigației şi reflecțiilor sale asupra media. Nu întâmplător primul capitol al lucrării Understanding Media este chiar astfel intitulat: The medium is the message. De aceea, preferăm să mai insistăm asupra semnificațiilor sale. Am precizat deja că principala influență pe care mijlocul de comunicare o exercită este cea materializată în prefigurarea modelului nostru mental. La acest nivel impactul este masiv şi de durată, chiar dacă este mai greu de sesizat. „*Într-o cultură ca a noastră, în care s-a obişnuit dintotdeauna să se despice firul în patru şi să se dividă toate lucrurile ca o măsură de control, este destul de şocant să se afirme că, de fapt şi de drept, mijlocul este mesajul*"(1994, p 7). Pentru a adânci înțelegerea ideii că mijlocul este mesajul avem nevoie să mai răspundem şi la alte întrebări. De pildă, de ce o influență atât de profundă şi constantă a fost descoperită atât de târziu? De ce, totuşi, chiar după semnalizarea ei, a fost întâmpinată cu rezerve vizibile?

Potrivit autorului canadian, momentul potrivit pentru a sesiza influența esențială a mijlocului este cel reprezentat de marea prefacere a electricității, care a pus capăt secvenței, ca simbol al fragmentării, şi a instituit câmpul total. Acum lucrurile se produc instant, precizează Luhan, iar cauzele pe care eram obişnuiți să le căutăm, acele legături între fapte şi evenimente, iau forma unei conştiințe emergente focalizată nu pe segmente şi legăturile dintre ele, ci pe ansamblu, pe conturul mare al lucrurilor. „*Înaintea apariției vitezei electrice şi a câmpului total nu s-ar fi putut afirma un asemenea lucru. Părea că mesajul era conținutul"*(1994, p. 13).

Percepând secvența şi detaliul, întrebarea firească asupra semnificației lui devenea legitimă. Iar această semnificație era asociată cu „conținutul". Acum secvențele unindu-se, ceea ce primează este structura integrală, continuitatea, influența sa în timp, dincolo de „conținuturile" şi „mesajele" pe care elementele separate le poartă cu ele. De-abia acum, când se impune nu secvența ci ansamblul, nu fragmentul, ci structura integrală devine inteligibilă formula „mijlocul este mesajul". Trebuia să apară viteza modernă care face ca lucrurile să se producă instant, trebuia consacrată structura ca actor al acțiunii sociale, se cerea percepută influența pe un arc de timp îndelungat pentru a putea să fie sesizat caracterul mijlocului şi influența pe care acesta o poate avea în timp.

Electricitatea a mai contribuit dintr-o perspectivă la descoperirea formulei pe care o discutăm. Electricitatea reprezintă, după opinia autorului, un mijloc în stare pură, „un mijloc fără mesaj". „Conținutul"

său nu apare decât în momentul în care o folosim în diferite scopuri: la o operație pe creier, la transmiterea unui mesaj sau la desfăşurarea unei partide de fotbal. Deci în acest caz, „conținutul" este reprezentat de acțiunile pe care le face posibile. Lipsindu-i conținutul, ea nici nu a fost reperată ca mijloc, pentru că oamenii sunt obişnuiți să atribuie calitatea de mijloc de comunicare în funcție de „conținutul" pe care îl exprimă.

Suntem evident surprinşi de această inversare a raporturilor cu care ne obişnuisem şi ne vine greu să acceptăm că mesajul poate fi reprezentat de altceva decât ceea ce spunem noi prin intermediul unui mijloc de comunicare, fie el pagină tipărită, radiou sau televizor. Luhan nu înlătură rolul jucat de ceea ce numim „conținut", de ceea ce dorim să exprimăm prin intermediul media. Atrage însă atenția că este vorba despre „un rol, vădit secundar", care este departe de a întruni importanța şi semnificația influenței exercitate de mijloc asupra sistemului nostru perceptiv, asupra structurii noastre intelectuale. Nu sunt mărimi comparabile, pare a spune autorul canadian, şi pentru a întări acest lucru precizează fără dubiu: „*Conținutul oricărui mijloc are cam tot atâta importanță cât modelul imprimat pe carcasa unei bombe atomice*"(Playboy, 1969, 2006, p.343)•.

Există şi un motiv de ordin metodologic pentru care Luhan accentuează aşa de mult ideea potrivit căreia adevăratul mesaj este constituit din influența mijlocului. Autorul canadian vrea să pună capăt practicii de a asimila mesajul cu „conținutul" transmis de către noi prin intermediul unui mijloc de comunicare. Dacă vom continua să procedăm astfel, avertizează autorul, niciodată nu vom sesiza importanța mijlocului şi niciodată nu vom fi pregătiți să înțelegem influența lui profundă. Mai ales în condițiile mijloacelor eletronice care au un impact atât de amplu. „*Punând tot accentul pe conținut şi, practic, deloc pe mijloc, pierdem orice şansă să percepem şi să influențăm impactul noilor tehnologii asupra omului, rămânând astfel mereu consternați – şi nepregătiți – în fața transformărilor ambientale revoluționare induse de noile mijloace"*(Playboy, 2006, p.358).

Autorul canadian semnalează alte două probleme care îngreunează foarte mult înțelegerea adevărată a formulei „The medium is the message". În primul rând, reacția profundă pe care apariția unui nou mediu o generează în ierarhia şi folosirea mijloacelor anterioare. „*Un mijloc nou nu este niciodată o adăugire la cel vechi, şi nici nu-l lasă pe acesta din urmă în pace. El nu încetează să opreseze mijloacele mai vechi până când nu descoperă noi forme şi poziții pentru ele"*(1994, p.174). Prin urmare, nu avem de-a face cu o simplă mişcare de substituire

• Interviul acordat de Luhan revistei Playboy în 1969, ca şi discursul la Vision 65 sunt foarte lămuritoare pentru înțelegerea gândirii autorului canadian. Când se exprimă liber, Luhan este mai limpede, mai sugestiv, mai uşor de înțeles. Reunirea acestor texte, ca şi a altora în volumul Marshall Mc Luhan Texte esențiale, publicat de către editura Nemira, ni se pare o valoroasă inițiativă editorială.

- un mijloc îl înlocuieşte pe cel vechi. Noul mediu reprocesează mijloacele vechi şi le găseşte o nouă dispunere, o nouă întrebuinţare. Când se referă la acest proces mai complex, autorul nu ezită să vorbească despre „un act de canibalism colectiv" prin care „fostul mediu este înghiţit şi reprocesat de cel nou, pentru a reţine eventuale valori digerabile". Avem de-a face cu o reacţie mult mai complexă prin intermediul căreia câmpul mijloacelor este reorganizat în funcţie de caracteristicile mijlocului dominant. În acest proces de digerare, mijlocul vechi, cel „înghiţit", transferă şi asigură „conţinutul" pentru mijlocul nou. „Cu excepţia luminii, toate celelalte mijloace vin în perechi, unul acţionând drept <conţinut> pentru celălalt". Cum precizează autorul, „conţinutul" paginii scrise este vorbirea, tot aşa cum cuvântul scris reprezintă „conţinutul" tiparului, iar romanul „conţinutul" unui film.

De ce este important să cunoaştem acest „proces de filogeneză"? Nefiind conştienţi de transferul menţionat, percepem cu dificultate înţelesul formulei „mediul este mesajul". Confundăm mesajul cu „conţinutul" pe care mijlocul precedent îl transferă celui nou şi nu ne mai concentrăm pe conţinutul adevărat al mijlocului nou, reprezentat de influenţa asupra câmpului perceptiv şi structurii noastre intelectuale. Deoarece nu ne dăm seama de acest transfer, nu realizăm „modul de operare" nici a mijlocului nou, nici a celui vechi.

Pe lângă reacţia profundă şi transferul de care am amintit, Luhan vorbeşte şi despre alt obstacol psihologic în sesizarea importanţei mijlocului, anume „amorţirea autoprotectoare" pe care sistemul nervos central o instituie ori de câte ori apare o nouă extensie, o nouă tehnologie. Deci un nou mijloc – reprezentând extensia unui nou simţ – în loc de a genera o reacţie, un tip de alarmă în cadrul fiinţei noastre prin intermediul căreia să devenim conştienţi de noua redistribuţie a echipamentului senzorial, să fim puşi în gardă cu noile prefaceri care pot fi aşteptate, cu impactul noului mediu asupra vieţii noastre – instalează un gen de anestezie, „pentru a o feri de conştientizarea a ceea ce se întâmplă"(Playboy, 2006, p.342). De aceea, noul mediu, datorită efectului de „amorţire autoprotectoare" şi faptului că „saturează întregul câmp al atenţiei" devine „invizibil". „*Prezentul rămâne mereu invizibil*"(Ibidem, p. 344). Prin urmare, nu suntem conştienţi de ceea ce trăim, de ceea ce folosim, ci doar de ceea ce am folosit cândva, de mijloacele pe care le-am utilizat şi de care am luat acum distanţă. Suntem dezmorţiţi nu faţă de ceea ce trăim, ci faţă de ceea ce istoriceşte am consumat şi acum avem detaşarea necesară de a sesiza şi analiza: „*cu alte cuvinte, un mediu devine absolut vizibil doar atunci când a fost înlocuit de unul nou. Astfel, rămânem mereu cu un pas în urmă în ceea ce priveşte viziunea noastră asupra lumii*"(Ibidem, p. 343).

De aici decurg două lucruri reliefate cu insistență de Luhan. În primul rând, ceea ce numeşte „principiul oglinzii retrovizoare" nu echivalează cu o ipostază de conservatorism, ci cu o stare naturală, la care ne predispun procesele noastre psihologice. Oamenii privesc într-un gen de oglindă retrovizoare, pentru că acolo pot să înțeleagă mai bine ce se întâmplă, acolo întâlnesc experiențe accesibile, viața lor fixată parcă într-un ecran istoric. Dar oamenii apelează la această privire retrospectivă şi pentru că nu se angajează suficient să descifreze prezentul, să-i identifice tendințele de evoluție. Deci fac acest gest oarecum reflex şi dintr-un motiv de confort interior: evită dificultatea şi sfidarea lucrului necunoscut. Privesc unde înțeleg, unde le este mai uşor să înțeleagă, nu unde înțeleg greu."Oamenii nu vor niciodată să trăiască în prezent. Ei trăiesc privind într-un gen de oglindă retrovizoare, pentru că este mai sigur. Privind acolo, ei se simt mai confortabil" (Paul Benedetti, Nancy DeHart (eds.), 1997, p.33). Ocazie cu care explică şi de ce temele sale sunt reluate şi, deliberat, circulate. Pentru că, ne spune el, cheia înțelegerii viitorului este simplă: focalizarea asupra prezentului. Iar acest "prezent nu mai poate fi înțeles sub o formă secvențială. El are o altă natură şi noi trebuie să înțelegem această natură a sa. Iată de ce trebuie să repet şi iarăşi să repet punctele mele de vedere"(Ibidem, p35).

A doua consecință este răsturnarea vechiului principiu didactic al învățării, care cerea să pornim în orice activitate de transmitere a cunoştințelor acumulate de la ceea ce ştim, de la ceea ce stăpânim pentru a putea întâmpina cu mai multe şanse de înțelegere lucrurile necunoscute. De data aceasta omul este nevoit să urmeze traseul invers, de la necunoscut spre cunoscut, fireşte mult mai dificil. În noul context, metafora „oglinzii retrovizoare" capătă şi alt înțeles. Desenul mare al traseului de care am amintit este cel dinspre necunoscut spre cunoscut, dar nu este nici o îndoială că din punct de vedere practic el se va realiza prin numeroase mişcări tip „încercare şi eroare", fără de care nu vom putea parcurge cu un anume succes demersul de cunoaştere propriu zisă.

2.5. Mijloace „calde" sau „reci" ori utilizări „calde" sau „reci"

Mijloace „calde" sau „reci" este o altă formulă lansată de McLuhan în jurul căreia există multă neînțelegere şi confuzie. În funcție de ce împarte autorul mijloacele de comunicare în „calde" şi „reci"? Sunt două criterii esențiale. În primul rând dacă mijlocul este de înaltă sau de joasă fidelitate (high sau low definition). Un mijloc de high definition este mijlocul care oferă o „cuprindere totală" a datelor prezentate utilizatorului, ceea ce conduce la o participare redusă din partea acestuia. Dimpotrivă, low definition înseamnă că mijlocul respectiv oferă puține

date şi, deci, solicită participarea utilizatorului pentru completarea şi întregirea a ceea ce se oferă. Al doilea criteriu se referă la simțurile solicitate în cadrul unei experiențe de receptare. „*Un mijloc fierbinte este cel care extinde un singur simț într-o definiție înaltă"*(1994, p.22). De pildă, o fotografie este un mijloc fiebinte, pentru că solicită un singur simț şi, în acelaşi tmp, oferă o informație suficientă care nu mai presupune participarea celui ce o priveşte. Scrierea ieroglifă este un mijloc rece, pentru că ne solicită să o interpretăm, cea fonetică, standardizată, un mijloc cald.

Un mijloc de comunicare care oferă foarte multe date, care livrează pagini, emisiuni, programe puse la punct până în cele mai mici amănunte nu mai solicită din partea ascultătorului, cititorului o mare participare. Dimpotrivă, el induce un tip de pasivitate, poate chiar de admirație, dar nu o admirație care să răscolească, să suscite adăugiri, ci una resemnată. Deci mijlocul „cald" solicită o minimă participare, induce pasivitate. Mijlocul „rece" oferă date incomplete sau este astfel structurat, încât stimulează reacția, antrenează participarea, animă răspunsul. Ipostaza clasică a mijlocului „rece" este însăşi conversația. Într-o conversație cel care vorbeşte oferă date, informații, dar interlocutorul simte nevoia să adreseze întrebări, să afle lucruri pe care cel care a vorbit nu le-a avut în vedere. Exemplul clasic de mijloc cald este fotografia, care nu solicită din partea celui care o priveşte decât o recție admirativă, neutră sau de respingere. O participare semnificativă din partea celui care priveşte nici nu se solicită, nici nu este posibilă. Textul scris este „hot", ca şi radioul, pe când desenele animate sunt „cool". Televiziunea este considerată un mijloc rece iar filmul unul cald. Valsul, un dans mecanic, cu mişcări aproape standard este apreciat drept o formă caldă, pe când twistul, care implică multe mişcări improvizate, o formă rece.

Cum participarea este cuvântul cheie (forma fierbinte exclude, în timp ce forma rece include), rezultă în mod clar că şi influența mijloacelor calde sau reci asupra audienței este diferită. O participare mai intensă conduce la un rezultat mai pregnant. În acest context, autorul vorbeşte de intensitatea mijlocului şi despre relația dintre intensitate şi participare. „*Un mediu rece, fie că este vorba despre cuvântul vorbit, manuscris sau televiziune solicită mult mai mult ascultătorul sau utilizatorul decât un mijloc cald. Dacă mijlocul este de înaltă fidelitate, participarea este scăzută. Dacă mijlocul este de intensitate redusă, participarea este înaltă. Poate şi acesta este motivul pentru cei care se iubesc folosesc atât de mult şoapta"*(1994, p. 319).

Luhan mai face o distincție pentru a-şi susține clasificarea: cea dintre participare şi implicare. Un mijloc de fidelitate scăzută asigură, în acelaşi timp, un grad de implicare din partea audienței. De aceea, programele cu cea mai mare audiență sunt acelea care care înfățişează

situații, procese care necesită o completare din partea ascultătorului. Televiziunea este prin însăşi natura sa aptă să solicite implicarea. Ea poate avea emisiuni, programe care îşi propun să-i învețe pe oameni cum să facă un lucru, care îi solicită să interpreteze o situație, să dezvolte un început. Într-un cuvânt, care solicită ascultătorul tot atât de mult ca şi completarea unui rebus. Cartea nu are această posibilitate prin însăşi natura sa. Ca şi fotografia.

Pentru a avea o imagine mai limpede cu privire la tipologia propusă de către Luhan, este bine să ne amintim de clasificarea mijloacelor de comunicare în time - biased şi space – biased, subliniată de Innis. De fapt, Luhan procedează la un tip de reformulare a împărțirii lui Innis. Ceea ce la Innis erau mijloace care favorizau dezvoltarea în timp, la Luhan poartă numele de mijloace „reci": conversația (tradiția orală), piatra, pergamentul; cele care favorizau extinderea în spațiu sunt denumite mijloace „calde". „Un mijloc rece, precum ieroglifele sau scrisul cu caractere ideogramice are efecte complet diferite de un mijloc cald şi exploziv, ca alfabetul fonetic" O lectură este mai puțin participativă decât un seminar, o carte decât un dialog. De altfel, autorul chiar face un tip de trimitere la diviziunea propusă de către Innis. „*Mijloacele grele şi dificil de transportat, precum piatra, asigură legăturile în timp (time binders). Folosite pentru scris, ele sunt cu adevărat foarte reci şi servesc la unificare perioadelor istorice; în timp ce hârtia este un mijloc cald care serveşte la unificarea spațiilor pe orizontală, atât în imperiile politice, cât şi în cele de entertainment*(1994, p. 23).

După opinia noastră, sub această formulă mijloace „calde", mijloace „reci", Luhan discută o problemă foarte profundă a comunicării şi a folosirii mijloacelor de comunicare. Evident că autorul Galaxiei Gutenberg este silit de propria construcție să fie consecvent şi de propriul stil să fie frapant. El devine interesant, cel puțin când discută această problemă, prin excepții. În momentul când vorbeşte despre posibilitatea de folosire „caldă" sau „rece" a aceluiaşi mijloc. Fapt care depinde atât de cel care foloseşte mijlocul, cât şi de audiență, de cultura în care funcționează mijlocul „rece" sau „cald".

Să luăm cazul expunerii în fața unui auditoriu. După opinia lui Luhan, expunerea este un mijloc cald, pentru că oferă foarte multe informații sitematizate, coerente iar participarea auditoriului este minimă (pe când seminarul este un mijloc rece). Totuşi, ne-am putea întreba dacă expunerea nu ar putea fi categorisită „caldă" sau „rece" şi în funcție de modul cum este concepută şi gândită de către cel care o realizează. Ea poate să abunde în informații, să fie atât de bine elaborată, încât să nu solicite participarea din partea audienței. În acelaşi timp, ea poate fi astfel structurată, încât să pornească de la ceea ce cunoaşte audiența, să solicite

cunoştinţele acesteia în prefigurarea unor concluzii, în detaşarea unor învăţăminte. Acelaşi lucru credem că este valabil şi pentru mijloacele de comunicare cu largă arie de răspândire. Chiar dacă natura lor le predispune la un gen de folosire, ele pot cunoaşte utilizări inteligente sau mai puţin inteligente, din punct de vedere al comunicării. Radioul este un mijloc „cald", deci puţin participativ. Nu acelaşi lucru se poate spune despre folosirea sa de către preşedintele Roosevelt în acele celebre emisiuni „Fire sides talks" (Convorbiri la gura sobei).

Modalitatea „rece" sau „caldă" în care este utilizat un mijloc depinde şi de cultura căreia i se adresează, de percepţia pe care o favorizează. Radioul este un mijloc cald, cel puţin atunci când îl relaţionăm cu lumea dezvoltată, care îl percepe drept un mijloc de distracţie. Atunci când el este folosit în culturi preponderent orale, mai puţin „alfabetizate", o asemenea percepţie este violent respinsă. Asemenea niveluri culturale nu pot accepta nici filmele, nici radioul drept mijloace de entertainment. Atunci, prin forţa lucrurilor, atât radioul cât şi filmul devin mijloace „reci". „*O cultură rece, cu nivel de instrucţie scăzut, nu poate accepta mijloacele fierbinţi, precum radioul sau cinematograful, ca pe nişte surse de distracţie. Ele sunt acolo cel puţin la fel de tulburătoare pe cât s-a dovedit televiziunea, mijloc rece, pentru lumea noastră bine instruită"*(1994, p.31).

Pentru a ne ajuta să înţelegem mai bine această folosire „rece" sau „caldă" a mijloacelor de comunicare, Luhan dă un exemplu: transmiterea unei simfonii la televizor (mijloc „rece") şi transmiterea prin acelaşi mijloc de comunicare a repetiţiilor care preced transmiterea în direct a respectivei simfonii. La transmiterea în direct, participarea noastră este minimă, deşi mijlocul este „rece", pe când repetiţiile solicită alt tip de participare. Un program pus la punct până în cele mai mici amănunte este potrivit pentru un mijloc cald – ca radioul şi gramofonul. Televiziunea, în opinia lui Luhan, trebuie să pregătească programe în acord cu natura sa de mijloc rece, care pretinde implicarea. Câteodată, folosirea „rece" sau „caldă" este mai importantă decât natura „rece" sau „caldă" a unui mijloc de comunicare.

Autorul simte adevărul cuprins în ceea ce numim folosirea mijlocului, dar nu dezvoltă această perspectivă. Nu o face pentru că este constrâns de rigorile propriei consctrucţii. O dezvoltare a ideii de utilizare diferită a mijlocului ar însemna o relativizare a importanţei pe care o are în viziunea sa mijlocul ca atare. Să-l ascultăm pe Luhan: „*Majoritatea copleşitoare a tehnologiilor şi a divertismentelor noastre, de la introducerea tehnologiei tiparului, au fost fierbinţi, fragmentate şi exclusive, dar în era televiziunii constatăm o întoarcere la valorile reci, la implicarea şi participarea inclusivă şi profundă pe care acestea le generează. Iată încă un motiv pentru a afirma că mijlocul este mesajul,*

mai degrabă decât conţinutul; importanţa o deţine însăşi natura participativă a experienţei televiziunii, şi nu conţinutul unei anumite imagini de televiziune care ni se întipăreşte invizibil şi permanent pe piele" (Playboy, 2006, p.357). Este un exemplu de cum abordarea de factură doctrinară – avem în vedere determinismul tehnologic promovat de autor - limitează câmpul analizei şi îl constrânge să privească fapte situații care servesc perspectiva îmbrățișată şi să repondereze tot ceea ce o contrazice sau îi relativizează substanța.

2.6.Studiul media: transformarea turnului de fildeş într-unul de control!

Prin distincția dintre „conținutul" vizibil, de nimeni negat, al mijlocului de comunicare şi conținutul – mai bogat şi mai profund – exprimat de influența mijlocului ca atare, Luhan deschide un nou capitol în studiul mijloacelor de comunicare. El ne propune, pentru prima dată, să examinăm mijloacele de comunicare ca atare, înrâurirea lor, impactul lor, independent de „conținutul" pe care îl transmit. Este chiar intrigat că focalizându-ne pe acest „conținut", amânăm să studiem temeinic mijloacele de comunicare în masă, mai ales într-o epocă în care au ajuns să cunoască o adevărată implozie. Cum relevă Douglas M. Kellner şi Meenakshi Gigi Durham, autorul canadian formulează chiar un avertisment pentru generația sa "de a lua în serios media ca agent activ al schimbării istorice iar cultura media ca un relevant domeniu de studiu" (2003, p14).

Oamenii sunt preocupați mai ales de ceea ce comunică şi nu de felul în care comunică. De „conținut", adică de ceea ce este trecător, contextual, vizibil, şi nu de instrumentul de comunicare, adică de ceea ce este peren, constant dar mai puțin vizibil. Luhan consideră că societățile au fost modelate mai mult de către natura mijloacelor prin care oamenii comunică decât de conținutul comunicării. Este imposibil să înțelegi schimbările sociale şi culturale fără a cunoaşte modul cum lucrează mijloacele de comunicare.

Conştient de valoarea teoretică a demersului său, autorul canadian este extrem de sever cu cei care încearcă să împingă semnificația tehnologiei în plan secund, să o evalueze în funcție de înțelepciunea cu care este folosită, să o subordoneze deciziei sociale sau politice. Poziția exprimată în cuvintele „produsele ştiinței moderne nu sunt bune sau rele în sine, deoarece modul de utilizare le detemină valoarea" este calificată drept „exemplu de somnambulism", pentru că „nu există nimic în ea care să reziste unui examen atent". Din perspectiva propriei ipoteze, Luhan are

dreptate, pentru că subordonarea tehnicii deciziei politice sau sociale spulberă ideea că „natura mijloacelor” are o importanță de sine stătătoare. Și deci pune sub semnul întrebării premiza pe care își înalță toată construcția. În același timp, a nega rolul deciziei sociale înseamnă a anihila orice putință de intervenție din partea omului în procesul de utilizare a tehnologiilor. Înseamnă a exclude ființa umană și răspunderea sa din câmpul utilizării și orientării tehnologiei.

Există și un motiv de ordin metodologic pentru care Luhan accentuează așa de mult ideea că adevăratul mesaj este reprezentat de mijloc și particularitățile sale. Să pună capăt obiceiului de a confunda mesajul cu „conținutul”. Să sprijine contemporanii în a-și reprezenta mai limpede nivelurile la care media exercită influența. Este un nivel de suprafață, corelat cu „conținutul” și unul adânc, profund și peren, conectat cu mijlocul și caracterul acestuia. A continua să confundăm planurile, a limita impactul la ecoul generat de „conținut” înseamnă pur și simplu a eșua în a înțelege contextul în care trăim și influențele mijloacelor de comunicare. „*Conținutul oricărui mijloc ne-a orbit întratâta, încât ne-a făcut să neglijăm total caracterul mijlocului*”(1994, p.9).

Autorul canadian este preocupat nu numai de faptul că se confundă „conținutul” convențional, pe care noi îl transmitem prin intermediul mijlocului, cu cel substanțial, care derivă din caracterul acestuia; ci că se menține indisponibilitatea de a analiza importanța mijloacelor de comunicare și influența lor, preferându-se ceea ce Luhan numește „soluția struțului”, evitarea discutării deschise a problemelor presante.

Precizând că studiul efectiv al mijloacelor se ocupă nu doar de conținutul lor, ci de mijloacele însele, de mediul cultural în care funcționează, Luhan este deopotrivă îngrijorat că indisponibilitatea pe care am semnalat-o se prelungește chiar și într-o perioadă de dezvoltare explozivă a mijloacelor, care ocupă tot mai vizibil întreg mediul nostru de existență. Ceea ce poate pune complet sub semnul întrebării capacitatea noastră de a controla propria evoluție. *„Astăzi, în era electronică a comunicării instantanee, cred că supraviețuirea noastră - sau, în cel mai fericit caz, doar liniștea și fericirea noastră – depinde de înțelegerea naturii noului mediu, deorece, spre deosebire de schimbările ambientale anterioare, mijloacele electrice provoacă o transformare totală și aproape instantanee a culturii, a valorilor și atitudinilor. Această răsturnare generează o mare suferință și o pierdere de identitate care nu pot fi ameliorate decât prin conștiința dinamicii procesului. Dacă înțelegem transformările revoluționare cauzate de noile mijloace, putem să le anticipăm și să le controlăm; dar dacă stăruim în transa noastră subliminală autoindusă, vom deveni sclavii lor”*(Idem, p.344-345).

Soluția nu este retragerea din fața tumultului acestor schimbări, ci analiza lor, transformarea "turnului de fildeş într-un turn de control". Prima condiție în această direcție este cunoaşterea şi înțelegerea a ceea ce are loc în societatea dominată de mijloacele electronice, întrucât "a înțelege înseamnă a câştiga pe jumătate o bătălie". A ne reprezenta fenomenele pe care le trăim, a realiza că nu există loc de retragere pentru nimeni, că prefacerea este atotcuprinzătoare, că ea schimbă lumea şi pe noi înşine, este un pas decisiv pentru a "reduce ferocitatea furtunii" şi a putea configura o serie de condiții ale echilibrului "*Dacă diagnosticăm ceea ce ni se întâmplă, ar fi posibil să reducem ferocitatea furtunii stârnite de schimbare şi să stabilim, în această perioadă de tranziție, un raport de coexistență paşnică între cele mai bune elemente ale vechii culturi vizuale şi noua societate retribalizată"*(Idem, p.387).

Particularitățile circumstanțelor descrise de Luhan impun din partea cercetătorului o atitudine de "implicare detaşată". Implicarea este necesară pentru că fără de ea nu am avea nici o şansă să pătrundem esența a ceea ce analizăm, am rămâne robii "oglinzii retrovizoare" sau ai unei simple contemplări contraproductive, dată fiind anvergura prefacerilor. Detaşarea este şi ea la fel de necesară, pentru că este condiția menținerii lucidității, chiar a obiectivității analizei. Fără acest efort de detaşare, cum precizează autorul, am fi în postura medicului care, dacă se lasă tulburat de suferința pacientului îşi pierde capacitatea de a-l ajuta. Nimic nu ar fi însă mai contraindicat decât să confundăm detaşarea cu o poză arogantă. Ar rezulta o portretizare lipsită de substanța reală a procesului avut în vedere. Prin urmare, lipsită de orice valoare.

În repetate rânduri, Luhan caută să precizeze atitudinea sa individuală față de schimbările presupuse de tranziția de la cultura scrisă la cea electronică. Faptul că revine asupra subiectului arată cât este de preocupat ca pledoaria sa să nu fie echivalată cu aderența personală la ceea ce se întâmplă, cu atitudinea de susținere a procesului respectiv. Adept al paradoxului, Luhan spune şi de această dată ceva ce se învecinează cu paradoxul. Mărturiseşte că semnalează importanța mijloacelor electronice, pentru că îşi dă seama de prefacerea pe care o prilejuiesc, dar că, în calitate de persoană particulară, nu este neapărat entuziasmat de transformările cu care este contemporan. "*Multă lume pare să creadă că dacă vorbeşti despre un lucru actual, eşti în favoarea lui. Cazul meu este exact invers. Sunt cu hotărâre împotriva lucrurilor despre care vorbesc. Dar mi se pare că cea mai bună cale de a te opune la ceva este de a-l înțelege. Şi astfel ştii când să închizi butonul"* (in Benedetti, Paul and DeHart Nancy eds., 1997, p. 70).

2.7. „Ceea ce a spus Luhan este mai actual în 1994 decât în 1964”

Cu privire la McLuhan, prietenul său Patrick Watson declara că „nu a fost un analist, nici istoric, nici sociolog, ci poet. Ceea ce ne-a oferit este un set de metafore despre lume pe care noi trebuie să le descifrăm, pentru că au sondat nivelul metaforic esențial al poeziei” (in Benedetti, Paul and DeHart Nancy eds., 1997, p.35). Că autorul Galaxiei Gutenberg este sclipitor în folosirea metoforei, nimeni nu poate nega. Dar a reduce substanța creației lui Luhan la metafore şi la posibilele lor adâncimi rezultate din forța intuiției poetice ar fi o eroare şi o mare nedreptate făcută autorului canadian. Faptul că opera sa a urcat şi coborât cu repeziciune pe scara aprecierii sociale nu este un motiv să-l asimilăm unei “mode” şi să-i tratăm opera cu un gen de condescendență înțelegătoare.

Considerăm că Luhan este un fin observator social. Finețea observațiilor generează substanța metaforelor şi nu invers. Autorul canadian sesizează cu acuitate că societatea contemporană lui se află la o răscruce istorică. Este alarmat că nici momentul istoric pe care îl trăieşte, nici consecințele sale nu sunt percepute. “*Noi trăim în două lumi şi nici una din ele nu ne dă impulsul să creştem”* (Discurs la Vision 65, 1966, 2006, p 319). Sesizează, de asemenea, că în era informației prelucrate electronic, creşterea înseamnă alt lucru decât creşterea în epoca revoluției industriale. Dacă “informația circulă instantaneu spre toate colțurile globului”, “dacă mişcarea informației a devenit de departe cea mai mare industrie a lumii”, iar “consumul de informație cea mai mare funcție de consum a lumii”, atunci toate aceste realități au rolul “unui explozibil chimic” şi prefac radical condiția noastră de existență. “Decolarea” din noua situație nu se produce, şi autorului îi este limpede că trebuie să fie vorba despre un alt tip de decolare, fără “mecanismul iresponsabil al încercării şi erorii”, fără “temporizarea” implicațiilor pe care noua situație le are asupra procesului educațional. Mai precis, considerăm că Luhan îşi focalizează demersul pe condiția umană a societății în care trăieşte iar din spectrul problematic larg al acestei teme selectează tronsonul numit media.

Alegerea nu este întâmplătoare, ea fiind susținută de cel puțin trei argumente esențiale. În primul rând, “studiul mass media a rămas în urma tuturor celarlalte domenii”(Este normal ca un mijloc să-şi însuşească şi să exploateze pe un altul? 2006, p.268). Până la McLuhan, analiza mijloacelor de comunicare a privit “conținutul” acestora şi astfel a ocolit influența mijloacelor propriu zise, care, potrivit interpretării sale, este mai mare şi mai profundă decât cea a “conținutului”. Atât de importantă, încât Luhan echivalează mijlocul cu mesajul. Deci este un cu totul alt unghi de abordare a media. Chiar dacă am avea numai acest aspect în vedere,

Luhan ar trebui să aibă un loc distinct într-o istorie a studiului comunicării. Apoi, este avută în vedere puterea mijloacelor de comunicare în a-şi impune "propriile premise asupra modurilor noastre de percepţie"(Ibidem, p. 266). Ceea ce configurează un alt rol pentru media. Complet diferit de cel tradiţional, care privea mijloacele de comunicare drept instrumente secundare, drept adjuvante în procesul dezvoltării sociale. Pentru autorul canadian, lucrurile stau complet diferit. "*Mijloacele de comunicare nu sunt simpli catalizatori, ci posedă propria fizică şi chimie, care contribuie în fiecare moment la alchimia şi la schimbarea socială"*(Explorări, 2006, p. 293). În sfârşit, am văzut că fiecare mijloc nou îl procesează pe cel vechi care devine "conţinut" pentru noua formă. Iată acelaşi principiu spus într-o modalitate mai sugestivă. *"Conţinutul minţii secolului al XIX-lea a fost Renaşterea; conţinutul minţii secolului XX este secolul al XIX-lea"*(Discurs la Vision 65, 1966, 2006, p. 320). Dacă aşa stau lucrurile, atunci noi înaintăm cu faţa la trecut şi abordăm era electronică în întregime nepregătiţi. Există un adevărat defazaj pe care autorul îl doreşte discutat, ca primă condiţie a depăşirii lui.

Atenţia cu totul specială acordată media nu reprezintă expresia unei exagerări personale, ci mai degrabă rezultatul constatărilor amintite mai sus şi al intenţiei de a găsi o soluţie pentru "decolare". Meritul lui este în primul rând, cum remarca Lewis Laphan, de a fi introdus folosirea actuală a termenului media, ca şi alte formule precum "global village", "age of information" etc. Luhan vorbeşte despre media ca "make-happen agents", deci ca agenţi care fac ca lucrurile să se întâmple şi "nu make – aware agents", agenţi meniţi să conştientizeze. Când în 1959 publică prima versiune a lucrării Understanding media, termenul "media", ne spune Joshua Meyrowitz, nu era familiar nici în rândul corpului didactic şi al specialiştilor. Elocvent în această privinţă este faptul că unii critici de început ai lucrărilor lui Luhan puneau cuvintele media şi medium între ghilimele, pentru a se distanţa de ceea ce credeau a fi o folosire ciudată a unor termeni de către autor (Joshua Meyrowitz, 2003, p. 206).

Poate că cea mai frumoasă recunoaştere a contribuţiei lui Luhan – dincolo de contestări, de ironii, chiar de respingeri disprețuitoare – este redeschiderea interesului faţă de opera sa după 1990. După dispariţia sa, survenită la 69 de ani, după stingerea evenimentelor care au marcat acea epocă - de la războiul din Vietnam la afacerea Watergate – s-a crezut că Luhan va fi uitat, o dată cu trecerea epocii pe care a exprimat-o. Judecata, cum ramrcă şi Lewis Laphan, s-a dovedit greşită. Ceea ce a spus Luhan pare mai potrivit "în 1994 decât în 1964"(1994, Introducere), în epoca MTV-ului, Internetului, a sateliţilor, a acelor tehnologii despre care Luhan a vorbit dar pe care nu a trăit să le cunoască efectiv.

În primele pagini ale lucrării Understanding Media el vorbea despre extensia sistemului nostru nervos "într-o cuprindere globală, abolind atât spațiul cât şi timpul". La vremea aceea, "abolirea" spațiului şi timpului a şocat şi a indus rezerve din partea cercetătorilor. Astăzi "globalizarea" despre care se vorbeşte atât de mult susține în esență acelaşi lucru. În cazul Internetului ne apare din ce în ce mai limpede că influența sa nu poate fi redusă la suma mesajelor transmise, că posibilitatea tehnică a formei exercită un impact de care devenim mai conştienți odată cu trecerea vremii. Nu este întâmplător că în 1993, atunci când Wired magazine a fost fondat, McLuhan a fost numit drept "patronul sfânt" al publicației.

Dacă în legătură cu creația lui Luhan au fost opinii "pro" şi contra", în ceea ce priveşte stilul său au existat rezerve cvasiunanime. În 1967, revista Newsweek găsea că scrierile lui Luhan sunt " repetitive, confuze şi dogmatice". Dwight Macdonald, după ce sugera că Understanding Media este un "nonsens pur" revenea asupra primei impresii şi preciza : "este un nonsens impur, denaturat de către sens"(Dwight Macdonald (1968 p.31). Umberto Eco vorbea şi el într-un ton foarte aspru despre "o orgie a comparațiilor şi contradicțiilor", "o chermeză a dialecticii", "un colaj de citate" (Cogito Interruptus, 1998, 2005, p.126). În anii '90, se poate constata o revenire şi în ceea ce priveşte stilul său atât de mult contestat. Cum menționează şi Joshua Meyrowitz, Paul Levinson relevă că "izbucnirile aforistice ale scrierilor sale, care continuă să vexeze pe critici, par cum nu se poate mai potrivite pentru Internet şi mediul on line"(in Joshua Meyrowitz, op. cit. p.206). Alți autori, precum James Morrison, semnalează că maniera de a-şi expune gândurile este foarte înrudită cu supertextul, că rețelele multilineare ale expunerilor sale corespund conexiunilor între fenomene cu multiple fațete, că în conținut şi formă, opera sa întruchipează ceea ce numim gândirea post modernă (Ibidem, p.207).

Aici este o corelație mai adâncă şi mai puțin sesizată. Potrivit lui Luhan, epoca electromagnetismului este dominată de mijloace "reci" care prezintă cifre şi date într-o manieră low definition, deci nu "produse finite, ci procese", nu succesiuni lineare de momente, argumente, ci mai degrabă totalități de fapte şi situații. Mijloacele sunt "reci", pentru că realitatea propriu zisă este schimbată, pentru că secvența este înlocuită cu simultaneitatea. Dacă acesta este specificul mijloacelor proprii unei perioade, trebuie să ne întrebăm cu privire la natura discursului nostru, pentru a-l face compatibil cu factura acestor mijloace. Prezentarea coerentă, logică şi rațională, ca metodă de argumentare nu mai apare potrivită. Nu silogismul este simbolul noului tip de prezentare, ci aforimul. Pe măsura trecerii timpului, este posibil ca aforismul să fie din ce în ce mai mult acceptat, ca element esențial al discursului. McLuhan a

fost şi din acest punct de vedere un deschizător de drumuri. Ca orice personalitate aflată la începuturile unei tendințe, a exagerat pentru a impune adevărul cuprins în acea tendință.

2.8. Doi autori care operează cu cicluri istorice lungi

Atât Innis cât şi McLuhan postulează centralitatea tehnologiei comunicării. Amândoi sunt de acord că „materialele pe care sunt scrise cuvintele contează mai mult decât cuvintele însele". Amândoi consideră că influența fundamentală a tehnologiei comunicării ține nu atât de mesajul transmis, de cuvintele alese pentru a transmite un mesaj, ci de mijlocul utilizat pentru a transmite respectivul mesaj. Ca şi Innis, McLuhan are un oral-bias, descrierile vârstei orale fiind făcute în aceeaşi termeni călduroşi şi apreciativi. Mulți autori, de la James Carey la Joshua Meyrowitz consideră că opera lui Innis are adâncimi şi nuanțe neatinse de Luhan. Curios, însă, celebritatea lui McLuhan a favorizat un gen de redescoperire a lui Innis, de retematizare a scrierilor sale fie direct (ca să înțelegi creația discipolului este nevoie să o cunoşti pe cea a mentorului), fie indirect (o creația atât de dezbătută a orientat demersul de cercetare spre profilul Şcolii de la Toronto, pentru a contura mai clar determinismul tehnologic pe care îl promovează).

Analizând influența tehnologiei asupra configurației instituționale şi psihologice a societății, ambii autori supun examinării perioade întregi ale evoluției sociale, cicluri lungi ale istoriei. De pildă, afirmația potrivit căreia mijlocul este mesajul are nevoie neapărat de o asemenea perspectivă. De la o zi la alta examinând lucrurile, ceea ce apare evident este „conținutul" exprimat în mod expres prin cuvinte. Dacă am menține viziunea termenului scurt, nici nu ar fi posibil să înțelegem cu adevărat semnificația formulei lansate de către Luhan: mijlocul este mesajul. Influența profundă, durabilă a tehnologiei comunicării, cea exercitată prin intermediul mijlocului la care apelează, are neapărată nevoie, pentru a fi sesizată şi înțeleasă, de respirația largă a unor cicluri istorice. Dificultatea de a înțelege creația lor provine şi din faptul că în timp ce reprezentanții Şcolii de la Toronto sintetizează influența unor tehnologii care au funcționat secole şi secole, noi suntem obişnuiți să raționăm pe termen scurt. De aceea, pentru a aprecia cu obiectivitate propoziții de bază ale operei lor avem nevoie să ne situăm şi noi în aceeaşi perspectivă largă.

Analiza aplicată ne arată limpede că lucrările celor doi autori explorează implicații diferite ale fenomenului studiat. De aceea, chiar dacă ambele creații se ocupă de tehnologia comunicațională şi influența sa socială, ele nu urmăresc acelaşi gen de consecințe. De aceea, creația

lor este mai degrabă *complementară*, fiecare luminând un grup de influențe ale evoluției tehnologiei comunicării. Cum remarca şi Carey, „*în timp ce Innis consideră că tehnologia comunicațională afectează organizarea socială şi cultura, McLuhan vede principalul efect asupra organizării senzoriale şi gândirii. McLuhan are mult de spus despre percepție şi gândire dar puțin despre instituții; Innis are mult de spus despre instituții şi puțin despre percepție şi gândire"* (1968, p.281).

Diferențe uşor sesizabile apar şi atunci când cei doi autori se referă la aceeaşi problemă. De pildă, şi Innis, şi McLuhan vorbesc în mod clar despre rolul mijlocului de comunicare în prefigurarea unor formule instituționale sau al unor percepții şi judecăți. Luhan merge mult mai departe în a prezenta mijlocul ca fiind singurul responsabil de influența exercitată. Societatea nu apare sau are un rol foarte palid în analiza tehnologiei. Ceea ce îl îndreptățeşte pe Geofrey Wagner să sublinieze într-un articol semnificativ intitulat „Misunderstanding media: obscurity as authority" că „*în realitate, potrivit lui Luhan, <mijlocul> şi <mesajul> sunt termeni care pot fi folosiți unul în locul celuilalt"* (1968, p. 157). Cu alte cuvinte, orice influență socială este înlăturată de către mijlocul atotputernic. În cazul lui Innis, este menționată existența unor centre de interese economice şi politice şi relevat rolul lor nu numai în utilizarea instrumentelor tehnologice, ci chiar a media. El vorbeşte chiar de existența unor monopoluri „în măsură să valorifice avansurile tehnologice în comunicare"(1949, p.47). Fiecare inovație tehnologică generează prefaceri şi chiar poate induce o instabilitate a opiniei publice, procese care pot fi exploatate de „cei care au controlul invențiilor". Poziție care relativizează şi nuanțează determinismul său tehnologic.

2.9. Abandonarea lumii tiparului nu înseamnă o îmbogățire culturală!

Potrivit lui Luhan, lumea creată de electronică şi instrumentele ei este "integrală şi inclusivă", în opoziție cu cea lineară şi fragmentată a tiparului. "Va fi o lume total retribalizată, a implicării în profunzime" "Momentul individualismului, al izolării, al cunoaşterii fragmentate sau < aplicate> , al <punctelor de vedere> şi al scopurilor specializate cedează locul conştiinței generale a unei lumi în mozaic."(2006, p.376). Într-adevăr, un mijloc modern precum televiziunea poate prilejui mai multă implicare din partea telespectatorului, mai multă participare. Am dori să semnalăm că mai există şi un alt tip de participare care nu are loc neapărat în decursul unei convorbiri sau al unei emisiuni de televizor, dar

nu este mai puțin importantă. Avem în vedere implicarea presupusă de cercetarea cauzelor în reprezentarea înlănțuită a lucrurilor. Putem admite că este vorba despre o implicare individuală, dar esențială în construirea unei imagini fidele despre „lumea din afară". Este posibil ca însăşi cercetarea cauzală să fie mai puțin relevantă astăzi, dar nu putem nega faptul că ea generează un tip de ataşament special la imaginea construită a lumii, un fel special de motivație pentru a continua efortul, pentru a construi o imagine cât mai aproape de realitatea propriu zisă. Este un alt tip de implicare, implicare în procesul cunoaşterii, cu urmări clare în ceea ce priveşte coerența reprezentării noastre despre lume şi asumarea de către noi a unei asemenea reprezentări.

Lumea de astăzi, cel puțin aşa cum apare prezentată de Luhan, este „integrală şi inclusivă" dar nu atinge cotele de angajare pe care le presupunea cercetarea cauzală. Cursul evenimentelor nu mai apare structurat, generat de ceva ce merită a fi cunoscut şi care poate fundamenta intervenția de corectare. Totul se transformă într-o curgere permanentă, într-un „happening" neîntrerupt, care pare a nu mai avea nevoie de sinteză, de ierarhie, de priorități. Când totul ia forma unui „mozaic", participarea omului, postulată mai mult de către Luhan, semnifică antrenarea sa în această vâltoare permanentă. Ființei umane îi sunt solicitate toate simțurile, dar preponderent în poziția de martor şi nu de factor cu anumite responsabilități în ceea ce se întâmplă şi cum ar trebui să se întâmple. Ceea ce avea loc la nivelul tribului sau al satului, acum este extins la nivelul globului, prin intermediul mijloacelor electronice. Este o revenire la vârsta prealfabetică făcută printr-un adevărat salt peste ciclul culturii scrise din care nu se reține nimic. De aceea, lumea de astăzi ne apare „ca o familie omenească prinsă într-o membrană universală". Acesta este şi sensul formulei „sat global", acela de „teatru global" , de extindere a culturii de tip tribal la nivel planetar.

Poate chiar constatarea de față să fie rodul unui ataşament supraaccentuat la lumea generată de pagina scrisă. Nu credem însă că întoarcerea la „bezna tribală", relansarea unei civilizații care are ca simbol „toba", redescoperirea a ceea ce autorul numeşte „Africa din noi", toate acestea ocolind ceea ce sute de ani de cultură scrisă a adăugat civilizației umane, reprezintă o perspectivă atrăgătoare pentru societatea contemporană. Prevenim o întrebare: autorul descrie un proces, nu se pronunță dacă este bun sau nu. Este adevărat, dar tot Luhan ne spune că descrierea este făcută pentru a ne pregăti şi a limita pierderile cauzate de furtună. Considerăm, deci, că analiza făcută Galaxiei Gutenberg nu include şi preocuparea de a atrage atenția, de a semnala ceea ce cultura scrisă conține ca achiziție durabilă. Dacă prefacerile generate de era electronică în mod obiectiv nu înglobează şi ceva din modelul mental al culturii scrise, aşteptam ca autorul să semnaleze acest lucru şi să ne pună

în gardă că o asemenea întoarcere la ciclul prealfabetic se face prin abandonarea unui întreg parcurs istoric, a cuceririlor şi învăţămintelor sale. Ceea ce nu înseamnă neapărat îmbogăţire culturală.

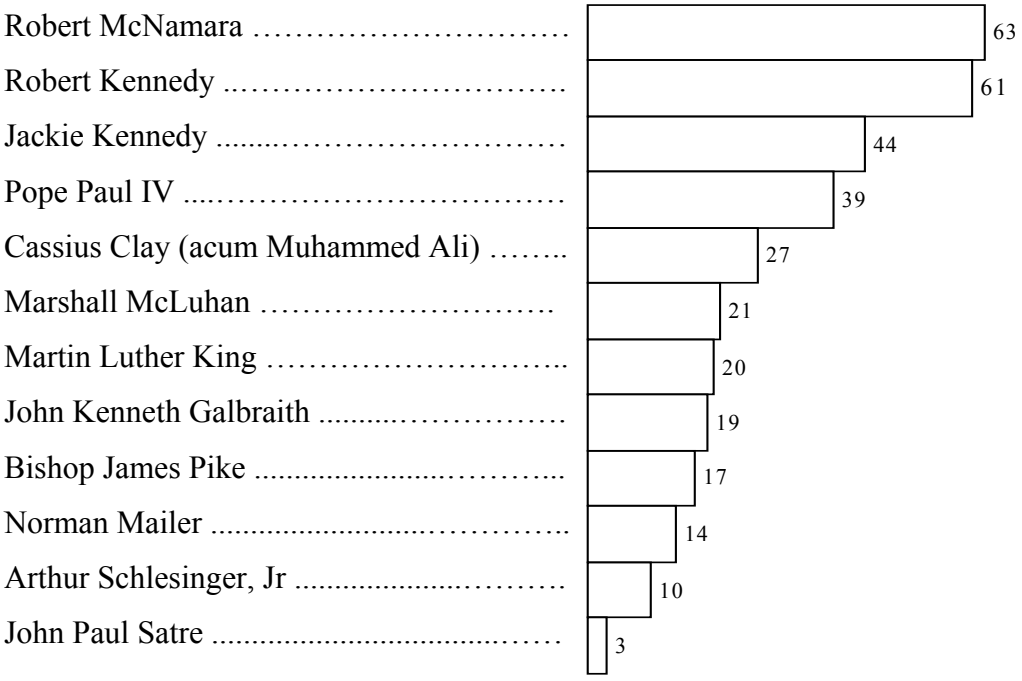
2.9. „Dacă mijlocul este mesajul, atunci nu mai este nimic de făcut”

Absorbit de propria descoperire, de importanţa mijlocului în modelarea percepţiei şi a sensibilităţii, Luhan subestimează vizibil semnificaţia “conţinutului” şi, în orice caz, nu găseşte o linie de echilibru care să ne ajute să ne reprezentăm ambele influenţe. Oricât credit am acorda tezei sale, nu putem să nu ne întrebăm că acelaşi mijloc, de pildă cartea, dă posibilitatea publicării unor capodopere, dar şi unor maculaturi sau a unor scrieri în contradicţie cu valori fundamentale ale omului. Deci, “conţinutul” pe care omul îl transmite prin intermediul mijlocului nu poate fi atât de mult subestimat şi redus la semnificaţia unei inscripţii de pe carcasa unei bombe atomice. Nu este vorba doar despre o exagerare, ci despre obturarea unui canal important al influenţei media. Că Luhan insistă asupra influenţei mijlocului ca atare, este de înţeles. Chiar era nevoie de exagerare pentru a impune ideea. A scoate din ecuaţia mai complexă a influenţei media “conţinutul” înseamnă a ne amputa posibilitatea de a avea o imagine reprezentativă asupra impactului media şi complexităţii acestui impact.

“*Dacă mijlocul este mesajul, nu mai este nimic de făcut. Suntem direcţionaţi de instrumentele pe care le-am construit”* remarcă îndreptăţit Umberto Eco (2005, p130). Omului nu-i mai rămâne nici o posibilitate de influenţă, de intervenţie asupra propriului mijloc. Luhan recunoaşte că : „modelăm propriile instrumente şi, apoi, ele ne modelează pe noi” şi apreciere devine inteligibilă în contextul creaţiei sale. Dacă vom corela aprecierea de mai sus cu formula sa „Mijlocul este mesajul”, dacă mijlocul şi mesajul sunt noţiuni interşanjabile, atunci putem spune nu numai că omul este modelat de propriile instrumente, ci este monopolizat, sechestrat chiar de către ele. Această rigiditate a relaţiei dintre mijloc şi creatorul său a creat cele mai multe rezerve din partea unor autori de orientări diferite. Raymond Williams are aceeaşi rezervă de fond, pentru că Luhan vorbeşte de un „*determinism .. care direcţionează societatea şi cultura de astăzi, în special cele mai puternice direcţii ale lor*”(1975, p. 127). Apreciere însoţită de aceeaşi întrebare gravă: atunci omului şi societăţii ce le mai rămâne de făcut? Jean Baudrillard subliniază, la rândul lui, că formula „mijlocul este mesajul” este „formula alienării în societatea tehnologică”, întrucât ea „alungă ideologiile conţinutului” şi reprezintă de asemenea „cea mai bună modalitate de a evacua sociologia şi istoria”(2001/ 2005, 104)

Am dori să mai adăugăm câteva cuvinte în legătură cu abilitatea cu totul specială pe care a avut-o Luhan în a-şi promova temele cheie, în a stimula dezbaterea publică în jurul lor, în a formula întrebări din sfera comunicării care, după aceea, au devenit dominante ale spațiului public, şi au antrenat milioane de oameni în discutarea lor. Luhan a lansat aforisme celebre iar acestea l-au făcut un om arhicunoscut, un om celebru, un om care a întruchipat timpul său. Everette E. Dennis(1974/2005) vorbeşte în termeni documentați despre ascensiunea publică a autorului canadian, despre relația dintre prezența în media şi vizibilitatea sa publică.

Tabel 2 Articole publicate în reviste americane, de largă circulație, de şi despre figuri publice marcante şi McLuhan în anul 1967


Robert McNamara …… 63
Robert Kennedy ..……. 61
Jackie Kennedy .....…… 44
Pope Paul IV ....…… 39
Cassius Clay (acum Muhammed Ali) …….. 27
Marshall McLuhan ……. 21
Martin Luther King …….. 20
John Kenneth Galbraith .....…… 19
Bishop James Pike .....……... 17
Norman Mailer .....…….. 14
Arthur Schlesinger, Jr .....……. 10
John Paul Satre .....…… 3

Cercetătorul care a vorbit cu atâta patos despre media şi puterea lor, care a ținut să atragă atenția contemporanilor că nu poate fi înțeleasă societatea contemporană în afara mijloacelor de comunicare, a ilustrat până şi prin destinul său public adevărul celor afirmate în lucrările sale. Faima lui Luhan a urcat şi coborât pe scara timpului în funcție de numărul articolelor scrise de el şi despre el. Ceea ce a reprezentat o idee de mare interes – puterea media – a luat forma unui adevăr trist: în societatea contemporană exişti dacă exişti pe spațiul public. Luhan a fost primul care a testat acest adevăr. Când nu a mai fost prezent în media, practic nu a mai existat ca figură de prim plan. De-abia după trei decenii,

personalitatea sa a reintrat în planul atenției publice. De data aceasta prin opera şi contribuțiile sale durabile. În anii ’60, impactul operei sale a îmbrăcat forma unui vârtej psihologic şi social, a unei adevărate mode care a înălțat un cercetător de o factură mai specială pe culmile celebrității la care nu aspiră decât vedete şi oameni politici. În 1967, numai New York Times a publicat 27 articole despre autorul canadian, în timp ce preyentatorii de la diferite posturi de radio şi televiziune îi scandau numele între diferite înregistrări. A doua zi după ce a trecut furtuna, a fost părăsit şi repede uitat. Să privim la anul 1973, aşa cum este reprezentat în tabelele de mai sus, şi să luăm aminte ce forță de propulsie are presa dar şi ce capacitate de abandon probează.

Tabel 1 Articole publicate în reviste americane de şi despre McLuchan conform datelor prezentate de Readers’ Guide, 1964-1973

Anul	Frecvența (număr de articole)	Frecvența cumulată	Procentaj
1964	1	1	1.61
1965	4	5	6.45
1966	11	16	17.74
1967	21	37	33.87
1968	13	50	20.97
1969	3	53	4.84
1970	3	56	4.84
1971	2	58	3.23
1972	4	62	6.45
1973 (1 iunie)	0	62	-

Am semnalat aceste lucruri şi pentru a evidenția o realitate. Când vorbim de contribuția lui Luhan la cunoaşterea problemelor specifice comunicării, nu putem privi doar la creația propriu zisă, la ceea ce este reținut de evoluția ulterioară a domeniului de care ne ocupăm. Nu poate fi trecut cu vederea şi ceea ce a făcut autorul canadian pentru consacrarea comunicării, ca domeniu esențial al spațiului social. Celebritatea personalității sale a împrumutat ceva domeniului de care s-a ocupat. Avem un caz rar când procesul de afirmare a unei discipline este influențată de ascensiunea şi celebritatea, chiar dacă trecătoare, a unuia dintre fondatorii săi. Independent de valoarea tezelor sale, de traiectoria lor profesională.

Bibliografie

Baudrillard, Jean (2001): Review of Marshall McLuhan's Understanding Media, în Genosko, Gary (edit.) (2005): Marshall McLuhan, Critical Evaluations in Cultural Theory, London and New York, Routledge.

Benedetti, Paul and DeHart Nancy eds(1997): On McLuhan, Forward Through the Rearview Mirror, Toronto, Prentice – Hall Canada Inc.

Blondheim, Menahem (2003): Innis and his Bias of Communication, in Katz, Elihu, Peters, John Durham, Liebes Tamar, Orloff Avril, eds: Canonic Texts in Media Research, Cambridge, Polity Press.

Carey, James (1981): Culture, Geography, and Communications: the work of Harold Innis in an American context, in Melody William, Salter Liora, Heyer Paul eds : Culture, Communication and Dependency, The Tradition of H.Innis, New Jersey, Ablex Publishing Corporation.

Carey, James (1968): Harold Innis and Marshall McLuhan, in McLuhan pro&Con, New York, Funk &Wagnalls.

Carpenter, Edmund and McLuhan Marshall (1966) eds: Explorations in Communication, Boston, Beacon Press.

Dennis, Everette(1974/2005), Post-Mortem on mcLuhan, A public figure's emergence and decline as seen in popular magazines, in Gary Genosko(ed.) op. cit.

Eco, Umberto(1986), Cogito Interuptus, in Gary Genosko(ed.) op. cit.

Finkelstein, Sidney (1968): Sense and Nonsense of McLuhan, New York, International Publisher.

Fiore, Quentin (1967): The Medium is the Message, An Inventory of Effects, New York Batam Books.

Genosko, Gary (edit.) (2005): Marshall McLuhan, Critical Evaluations in Cultural Theory, London and New York, Routledge.

Hugh Kenner (1968), Undestanding McLuhan, in McLuhan: pro&con, edited and with an Introduction by Raymond Rosenthal, New York, Funk&Wagnalls.

Innis, Harold (1949): The Press, A neglected factor in the economic History of the Twentieth Century, London, Oxford University Press.

Innis, Harold (1950): Empire and Communications, London, Oxford University Press.

Innis, Harold (1951): The Bias of Communication, Toronto, University of Toronto Press.

Innis, Harold (1952): Changing Concepts of Time, Toronto, University of Toronto Press.

Katz, Elihu, Peters, John Durham, Liebes Tamar, Orloff Avril (2003), eds: Canonic Texts in Media Research, Cambridge, Polity Press.

Kuhns, William (2006): Cartea izvoarelor lui McLuhan, în Marshall McLuhan, Texte esențiale, Bucureşti, Nemira.

Marchessault, Janine (2005), Marshall McLuhan, Cosmic Media, Sage Publications, London, Thousand Oakes, New Delhi.

McLuhan, Marshall (1994): Galaxia Gutenberg, Bucureşti, Editura politică

McLuhan, Marshall (2006): Texte esențiale, Bucureşti, Nemira.

McLuhan, Marshall (1994): Understanding Media, the Extentions of Man, Cambridge, Massachusetss, London, The Mit Press.

McLuhan, Marshall (1968): McLuhan: pro&con, edited and with an Introduction by Raymond Rosenthal, New York, Funk&Wagnalls.

McLuhan, Marshall and McLuhan Eric (1988), Laws of Media, Toronto, Buffalo, London, University of Toronto Press.

McLuhan, Eric, Zingrone, Frank (1995): Essential McLuhan, London, Routledge.

McLuhan, Stephanie Staines, David (2003): Understanding Me, Lectures and Interviews with Marshall McLuhan, Toronto, M&S.

Melody William, Salter Liora, Heyer Paul eds (1981): Culture, Communication and Dependency, The Tradition of H.Innis, New Jersey, Ablex Publishing Corporation.

Melody, William, Introduction (1981), în Melody William, Salter Liora, Heyer Paul eds.

Patterson, Graeme (1990): History of Communications, Harold Innis, Marshall Mc Luhan, the Interpretation of History, Toronto, Buffalo, London, Universty of Toronto Press.

Playboy(1969), 2006, Interview: Marshall McLuhan. În Marshall McLuhan, Texte esențiale, Bucureşti, Nemira.

Theall, Donald (1981): Exploration in Communications since Innis, in Melody William, Salter Liora, Heyer Paul eds, Culture, Communication and Dependency.

Theall, Donald (2001), The Virtual Marshall McLuhan, Montreal & Kingston, London, Itaca, McGill-Queen's University Press.

Wagner, Geoffrey (1968): Misunderstanding Media: Obscurity as Authority. In R. Rosenthal(ed.), McLuhan: Pro &Con, New York, Funk &Wagnalls

Curs 8

Şcoala de la Palo Alto

1. O şcoală a comunicării ignorată de cercetătorii domeniului

Şcoala de la Palo Alto ocupă o poziție aparte în domeniul comunicării, poziție singulară şi deloc privilegiată, datorată, în principal, legăturii cu psihologia, în particular cu psihanaliza şi psiho-patologia (studiul schizofreniei). Acest „colegiu invizibil" de cercetători de primă valoare este adesea trecut cu vederea, reținându-se, în cel mai bun caz, celebra formulă „nu poți să nu comunici" sau „totul este comunicare". Descoperirile acestei şcoli de gândire în domeniul comunicării sunt însă mult mai mult decât intuiția faptului că orice tip de comportament, inclusiv lipsa de manifestare, este o formă de comunicare.

Poziția ocupată de Şcoala de la Palo Alto este una marginală, nu numai în cercetările europene dedicate domeniului de care ne ocupăm, ci şi mai ales, paradoxal, în câmpul comunicării din Statele Unite. Everett Rogers (1997, p. 91) propune două explicații ale acestui fapt cel puțin controversat. Pe de o parte, există o concepție eronată privind preocupările grupului de la Palo Alto, considerându-se că acestea au de a face exclusiv cu patologiile comunicaționale şi în special cu studiul schizofreniei. Preocupările grupului de cercetători reuniți în jurul lui Gregory Bateson şi, mai târziu, al lui Paul Watzlawick, aveau, însă, un interes mult mai general: formularea unei teorii interacționiste a comunicării (este adevărat că schizofrenia este unul dintre domeniile în care teoria interacționistă îşi găseşte aplicabilitate). Pe de altă parte, se ridică problema cvasi-imposibilității de a crea cercetări empirice care să poată valida o asemenea teorie, în încercarea de a translata concepte teoretice precum paradoxul, dubla constrângere (*double bind*), metacomunicarea din plan teoretic într-unul empiric.

Pentru a înțelege însă poziția reală a grupului de la Palo Alto în câmpul comunicării, vom face o scurtă incursiune în istoria constituirii acestui grup de cercetători, scoțând în evidență contextul teoretic psihosocial în care el ia naştere.

Anii '50-'60 au reprezentat un moment de schimbare paradigmatică majoră în câmpul clinic, o trecere de la preocupările pentru dinamica internă a individului (de sorginte freudiană) la schemele de interacțiune individuală, la relații. Şcoala de la Palo Alto a avut un rol foarte important în această schimbare de proporții.

2. Naşterea unui colegiu invizibil

Grupul de cercetare format în orăşelul Palo Alto (aproape de San Francisco) este legat de o preocupare constantă în Statele Unite, născută la începutul anilor ’50, pentru comunicarea interpersonală, într-o viziune care se îndepărta vădit de perspectiva de până atunci asupra comunicării ce stătea sub semnul ideii de transmitere şi care se revendica de la modelul matematic propus de Claude Shannon. În perioada respectivă câțiva cercetători americani încearcă să reconstruiască de la zero un model de comunicare interpersonală, bazat pe interacțiune. Grupul inițial, rămas în istorie sub numele de „Colegiul invizibil”, era format din câțiva antropologi (dintre care cei mai cunoscuți sunt Gregory Bateson, Ray Birdwhistell şi Edward Hall), sociologi (figura marcantă fiind Erwin Goffman – de unde şi o anume filiație de netăgăduit între ideile Şcolii de la Chicago şi ale celei de la Palo Alto), cărora li se adaugă într-o a doua etapă, în cursul anilor ’60, Paul Watzlawick şi Don Jackson.

Membrii „colegiului invizibil” nu s-au întâlnit niciodată decât în mod accidental în anumite conferințe comune la care au participat, însă fiecare cunoştea foarte bine lucrările celorlalți înainte chiar ca acestea să fi fost publicate. Scrisori, telefoane, vizite directe sau indirecte (prin intermediul studenților) ajutau la circulația informației în interiorul grupului. (Winkin, 1981, p. 21)

Şcoala de la Palo Alto este o denumire generică ce desemnează un grup de cercetători, membri ai colegiului invizibil, reuniți prin interese comune la Palo Alto. Nu a existat niciodată o şcoală propriu-zisă, cu alte cuvinte, grupul nu a fost niciodată organizat ca un departament universitar centrat pe o singură disciplină academică, ci mai degrabă este vorba despre un număr de cercetători interesați de probleme de sănătate mintală legate de comunicare, terapie familială şi schizofrenie, membri, de altfel, ai colegiului invizibil. Au existat practic două grupuri de cercetători: Gregory Bateson şi Don Jackson într-o primă etapă şi, mai târziu, Paul Watzlawick şi câțiva alții. Aceste două grupări (sau poate ar fi mai bine să le numim etape) aparțin practic unor momente consecutive în dezvoltarea cercetărilor.

Prima grupare, care, la rândul ei, are două nuclee, s-a articulat în jurul „fondatorilor”. Bateson, cel mai cunoscut încă şi astăzi, adună în jurul său câteva minți strălucite ducând o muncă de cercetare la Veterans Administration Hospital centrată pe studiul comunicării schizofrenice, dubla constrângere (*double bind*), paradox. Celălalt nucleu, condus de doctorul Don Jackson care fondează Mental Research Institut la Palo Alto în 1959, este preocupat în primul rând de terapia familială.

O dată cu venirea lui Paul Watzlawick în Palo Alto, începe practic cea de a doua etapă în cercetarea comunicării din perspectivă interacționistă, cercetare care se concretizează, în domeniul comunicării, cu o operă comună de referință numită *Pragmatics of Human Communication. A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes* (1967).

Din punct de vedere cronologic, cel mai vechi membru al grupului este Gregory Bateson, venit să lucreze la Veterans Administration Hospital în 1949. În cursul anului 1954, echipa lui Bateson, compusă până atunci din Jay Haley (student în domeniul comunicării sociale), John Weakland (inginer chimist) şi Willaim Fry (tânăr psihiatru), se întregeşte cu Don Jackson, psihiatru şi psihanalist. În acel an, Jackson prezintă o comunicare intitulată *Problema homeostaziei familiale*; Bateson, care asistă în sală la expunere, îl invită pe acest tânăr psihiatru care îmbrățișa, independent de el, multe dintre propriile idei, să se alăture grupului. Cinci ani mai târziu, Jackson fondează Mental Research Institute (MRI) pentru a putea pune în aplicație cercetările grupului în psihoterapie. În 1961, Jackson îl angajează pe Paul Watzlawick, iar un an mai târziu Weakland şi Haley vin să lucreze şi ei la MRI. În 1967 MRI devine, în plus, o clinică psihoterapeutică, o dată cu fondarea *Brief Therapy Center*. (Winkin, 1981, pp. 48-50)

Înțelegerea viziunii interacționiste a grupării de la Palo Alto se sprijină pe ideea de contrapondere la curentul psihanalist care căpăta proporții din ce în ce mai evidente. Vorbeam la începutul acestui capitol de o schimbare de paradigmă în câmpul cercetării psihologice clinice, la care aportul Şcolii de la Palo Alto este unul semnificativ.

Ca şi în cazul altor domenii de cercetare, în preajma celui de Al Doilea Război Mondial, există o migrare de specialişti şi cercetători în psihanaliză dinspre Germania şi Austria spre Statele Unite. Teoriile psihanalitice începuseră să aibă o influență din ce în ce mai mare în numeroase alte câmpuri, de la literatură, religie, filozofie şi artă până la ştiințele sociale în general. În câmpul comunicării, cercetătorii influențați de curentul psihanalitic sunt Harold Lasswell şi Carl Hovland.

Perspectiva propusă de gruparea de la Palo Alto este vădit opusă celei freudiene. În fapt, distanțarea se face mai ales de modelul intrapsihic propus de teoriile psihanalitice, care accentuau importanța investigației personale prin explorarea trecutului şi a inconştientului printr-o relație exclusivistă cu terapeutul. Membrii grupului de la Palo Alto consideră că unitatea de analiză ar trebui să fie rețeaua de relații între individ şi ceilalți indivizi cu care interacționează. Astfel, teoria relațională propusă de membrii grupului este una care ține de natura comunicării interpersonale. Trecutul nu poate fi corect valorificat pentru că acesta este reinterpretat în funcție de relațiile actuale; el nu reprezintă o bază de date imuabile care

pot fi cercetate şi din care se pot desprinde concluzii pertinente. Este, aşadar, de preferat să fie studiate relațiile prezente, singurele pasibile de a fi studiate aşa cum se prezintă în realitate.

Mai mult decât atât, grupul format în jurul lui Gregory Bateson la Veteran Administration Hospital avea drept numitor comun respingerea modelului medical de terapie. Cu alte cuvinte, respingerea ideii că terapia ar trebui să însemne scoaterea individului din mediul său social, tratarea acestuia şi apoi re-inserția în mediul social. Pentru cercetătorii de la Palo Alto, demersul terapeutic constă în primul rând în încercarea de a schimba mediul imediat, familia în speță (unul dintre „discipolii" lui Bateson, Jay Haley, conduce şedințe de terapie în care individul schizofrenic se află în mijlocul membrilor familiei sale).

Diferența de abordare este tributară, probabil, formației de antropolog a lui Bateson. În opinia lui, psihiatrul este format în spiritul abordării unui caz particular pornind de la un model de maladie mentală. Acest tip de practician are în minte un model teoretic al bolii şi, în întâlnirea cu pacientul care nu este decât un caz particular al modelului general, atitudinea sa va fi de a îşi explica comportamentul pacientului prin prisma modelului prestabilit. Antropologul, însă, face exact pe dos: el este înainte de toate un observator în grupul pe care îl studiază. Acelaşi lucru îl va face şi în cazul întâlnirii cu un pacient. Nici măcar nu se va întreba de ce persoana în cauză are un comportament la limita nebuniei, ci mai degrabă în ce sistem uman, în ce context, acest comportament ar avea sens. Oare acest comportament în contextul respectiv este cel mai potrivit posibil sau chiar singurul posibil? (Espinoza, 2006, 68-69)

3. Gregory Bateson – un pionier al transdisciplinarității

Figura lui Gregory Bateson (1904-1980) este asociată în principal cu două câmpuri de cercetare distincte: antropologia şi terapia familială (în special tratamentul schizofreniei). Bateson însă a avut contribuții importante în domenii dintre cele mai variate, perspectiva abordată fiind aproape întotdeauna una interdisciplinară: biologie, ecologie, artă, epistemologie, psihologie, comunicare, cibernetică etc.

Lunga sa viață a fost marcată de numeroase schimbări de domeniu de cercetare (de la biologie şi antropologie la analiza de film propagandistic, apoi la cercetarea psihiatrică, comunicare non-umană, cibernetică, din nou antropologie), de cadrul instituțional de cercetare (a ținut cursuri în diverse universități, uneori numai pentru un an: University of Sydney (1928), Columbia University şi University of Chicago (1934), din nou Columbia University (1943-44), New School for Social Research în New York (1946-67), Harvard University (1947-48), University of

California (1949-50), Stanford University (1951-62) şi din nou University of California (1972-78)), de regiune geografică de cercetare sau rezidenţă (s-a născut în Anglia, a făcut muncă de teren în antropologie în insulele Galapagos, Noua Guinee, Bali etc., cercetare în biologie în Insulele Virgine, Hawaii, a ocupat diferite posturi în China, Burma, Sri Lanka, India etc.).

Această experienţă, deopotrivă bogată şi diversificată, i-a oferit un cadru de referinţă larg în abordarea oricăror fenomene studiate, ceea ce i-a adus aprecierea de „pionier al transdisciplinarităţii". (Espinoza, 2006, 68)

Una dintre cărţile de referinţă în antropologie este rezultatul cercetărilor întreprinse în Noua Guinee, împreună cu cercetătoarea Margaret Mead (cu care s-a şi căsătorit în 1936), *Naven* (cuvântul în sine desemnează un ritual de menţinere a relaţiilor de rudenie şi de clan), o carte despre sistemul de rudenie al tribului Iatmul, din Noua Guinee. Însemnătatea cercetării este însă mai degrabă una teoretică, Bateson formulând pentru prima dată teoria schismogenezei (sau tipul de relaţie posibilă între doi indivizi: de egalitate sau de complementaritate) asupra căreia vom mai reveni.

De altfel, Bateson nu a căutat niciodată în cercetările sale să urmeze metoda clasică de observaţie antropologică. El nu a fost niciodată interesat de descrierea unei culturi anume, ci mai degrabă observaţiile făcute erau puncte de sprijin pentru elaborarea unei teorii despre comunicare. A căutat în mod constant piste teoretice, elemente care să îl ajute la crearea a ceea ce spera să fie o teorie unificată a comunicării.

Începând cu anul 1946, Bateson participă la o serie de conferinţe interdisciplinare (cunoscute în istorie drept *Conferinţele Macy*; printre participanţii constanţi se numără Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Margaret Mead ş.a.), în cadrul cărora descoperă principiile demersului sistemic. Tot cu ocazia participării la aceste evenimente îl va cunoaşte pe Norbert Wiener, viitorul fondator al ciberneticii.

Opera cea mai cunoscută şi, pentru domeniul comunicării cel puţin, cea mai consistentă a lui Bateson rămâne *Steps To An Ecology of Mind* (1972), o colecţie de eseuri pe teme de antropologie, cibernetică, psihiatrie, epistemologie. Dar ce înseamnă, în concepţia lui Bateson, „ecologia minţii"? Aşa cum o defineşte în debutul cărţii, ea reprezintă o teorie a cunoaşterii, o nouă metodă de a gândi despre idei şi despre agregate de idei pe care le numeşte „minţi" (*minds*). Întrebările cheie pe care le ridică un asemenea sistem de gândire sunt „ecologice": Cum interacţionează ideile? Există vreun tip de selecţie naturală care determină supravieţuirea unor idei şi extincţia sau moartea altora? Ce tip de economie limitează multiplicitatea ideilor într-o regiune precisă a minţii? Care sunt condiţiile de stabilitate (sau supravieţuire) ale unui asemenea

sistem sau subsistem? (Bateson, 1987 [1972], p. 13) Ambiția lui Bateson a fost aceea de a crea o bază teoretică în care cercetarea în orice domeniu se poate dezvolta, explicându-se astfel şi preocuparea transdisciplinară a autorului.

În acelaşi volum se regăseşte articolul fundamental care defineşte „dubla constrângere" (*double bind*) (asupra căreia vom reveni), „Toward A Theory of Schizophrenia", semnat Gregory Bateson, Don D. Jackson, Jay Haley, şi John H. Weakland. Pe scurt, dubla constrângere se referă la ceea ce se întâmplă atunci când un individ este supus unor mesaje simultane care nu numai că sunt contradictorii, dar trimit şi la nivele de experiență diferite. Jean-Jacque Wittezaele, psiholog şi psihoterapeut belgian, unul dintre principalii reprezentanți ai terapiei de scurtă durată, sau aşa numita terapie Palo Alto, arată, într-un articol din 2006, că Bateson însuşi se va găsi prins într-o asemenea situație. Atunci când lucrările sale de psihiatrie îi aduceau recunoaşterea şi notorietatea internațională, acestea îl forțau în acelaşi timp să urmeze o cale care îl ducea către cercetarea aplicată în jurul teoriilor sale. Dispunea de mijloacele financiare necesare; însă Bateson se temea mai presus de orice de aplicațiile premature ale ideilor sale şi chiar, la modul general, de toate aplicațiile ştiințifice, oricare ar fi fost ele. Ieşirea din acest context controversat îl aduce pe Bateson în situația de a o lua de la zero şi de a accepta un post de cercetător într-un laborator militar american care avea drept punct de interes comunicarea delfinilor. Este o perioadă dureroasă pentru Bateson, însă care se va dovedi creatoare, căci acesta este momentul în care se va lansa într-o sinteză laborioasă a tuturor cercetărilor sale pentru a pune bazele a ceea ce a numit „o ecologie a minții". (Wittezaele, 2006, pp. 10-11)

Ultima lucrare importantă publicată integral este *Mind and Nature. A necessary unit* (1979). Proiectul ambițios propus în această ultimă carte este o perspectivă holistă bazată pe principii cibernetice cu ajutorul cărora autorul încercă să arate modul în care funcționează lumea şi în ce constă coerența universului. Bateson vede natura şi mintea ca formând un organism şi discută implicațiile acestui mod de a privi lucrurile. Încercarea sa de a corela într-o formă coerentă toate lucrările anterioare constă în a presupune existența unui model (*pattern*) al modelelor, un meta-model.

4. Comunicarea din perspectiva gestaltism-ului şi a teoriei sistemelor

Perspectiva interacționistă propusă de grupul de la Palo Alto este explicabilă prin cadrul larg în care se plasează teoria comunicării

dezvoltată de această grupare, cadru reprezentat de teoriile gestaltiste şi de teoria generală a sistemelor (şi în particular cibernetica). Vom insista puțin aspura acestora în cele ce urmează, pentru a clarifica perspectiva din care este cercetată comunicarea în cadrul grupului de la Palo Alto.

Gestaltismul este un curent de idei care a luat naştere la sfârşitul secolului al XIX-lea, sub forma unei teorii a percepției. Cuvântul german *gestalt* se poate traduce prin *formă*, însă în realitate el semnifică o realitate mai complexă decât forma în sine, „a pune în formă, a da o structură semnificativă". Gestalt este, deci, o formă structurată.

Reprezentanții de marcă ai teoriilor gestaltiste sunt: Christian von Ehrenfels, Max Wertheimer, Wolfgang Köhler, Kurt Koffka şi Kurt Lewin.

Teoria gestaltistă (sau psihologia gestaltistă) este o teorie a minții şi a creierului care afirmă că principiul operațional al creierului este unul holist; întregul este mai mult decât suma părților. Ea se opune principiului atomist al digitalizării, în care orice operație de calcul este redusă la o serie de paşi, fiecare pas fiind o operație calculată independent de problema ca întreg. Aşadar, teoria gestaltistă apare ca o reacție la teoriile atomiste-asociaționiste, care considerau că toate faptele de natură psihologică (nu numai percepția) sunt formate din atomi inerți nerelaționați şi aproape singurii factori care combină aceşti atomi şi introduc astfel acțiunea sunt asocierile formate sub influența contiguității (Köhler, 1959, p.728). Asociaționismul înțelegea percepția ca juxtapunere de elemente simple. Or percepția unei forme ține mai degrabă de interrelaționarea elementelor care o compun. Cheia cunoaşterii nu este, deci, descrierea analitică a elementelor, ci conexiunile complexe şi funcționale ale coerenței lor relaționale.

Efectul gestaltist se referă în principal la capacitatea de a crea şi de a recunoaşte figuri şi forme ale simțurilor noastre, în special ale simțului vizual care recunoaşte figuri şi forme întregi, şi nu o colecție de linii drepte şi curbe. *Gestalt* reprezintă, aşadar, o formă structurată, care capătă sens. De exemplu, o masă capătă sens diferit dacă e acoperită cu cărți sau cu tacâmuri (spunem despre ea că şi-a schimbat „gestalt-ul" global).

Principiile teoriei gestaltiste se referă în principal la percepție: nu există percepție izolată; ea este structurată de la început; percepția se referă în principal la capacitatea de a distinge o formă pe un fond; întregul este perceput înaintea părților care îl compun.

Gestaltismul perceptiv reprezintă, deci, o opțiune globalizantă care poate fi rezumată prin celebra afirmație „totul este altceva decât suma părților". Gestaltiştii erau, din această perspectivă, foarte aproape de noțiunea de sistem.

Teoria sistemelor este un câmp interdisciplinar de cercetare care studiază natura sistemelor complexe în natură, în societate şi în ştiință;

obiectul de studiu al acestei teorii îl reprezintă părți complexe din realitate văzute ca sisteme.

Conceptele din teoria sistemelor au fost foarte des folosite în sociologie, zonă adesea asociată cu cibernetica; în acelaşi timp, teoria sistemelor ca zonă academică generală şi tehnică de studiu se referă la ştiința sistemelor rezultată din Teoria Generală a Sistemelor, dezvoltată de Ludwig Von Bertalanffy.

Biolog de origine austro-canadiană, Von Bertalanffy defineşte teoria generală a sistemelor drept formularea şi derivarea principiilor valabile ale „sistemelor" în general. El recunoaşte în Köhler un precursor care s-a îndreptat spre o generalizare a teoriei gestaltiste într-o teorie a sistemelor. (Von Bertalanffy, 1972, p. 412) Fiind biolog ca formație, Von Bertalanffy a dezvoltat o teorie a sistemelor deschise, adică a sistemelor care fac schimb de materie cu mediul, ca orice sistem „viu".

Ideea de bază, „totul este altceva decât suma părților" a fost descoperită simultan pe diferite continente la începutul anilor '30 de către cercetători aparținând unor câmpuri de cercetare diverse. Contribuția majoră a lui Bertalanffy a fost aceea de a reuni aceste descoperiri (din informatică, teoria comportamentului, teoria jocurilor, teoria rețelelor, cibernetică, teoria deciziilor etc.) şi de a aduce laolaltă elementele comune într-o paradigmă unică, un ansamblu de postulate ce enunță o metodologie ştiințifică nouă, aplicabilă oricărui domeniu de cercetare ştiințifică: teoria generală a sistemelor.

Un sistem este definit drept un complex de elemente în interacțiune. El este deci compus din grupuri de activități care interacționează sau interrelaționează într-un mod regulat. Aşadar interesul demersului cognitiv ține de relațiile dintre elemente, şi nu de individualitatea acestor elemente.

Cibernetica reprezintă studiul *feedback*-ului şi al conceptelor sale derivate cum ar fi *comunicare* şi *control* la organismele vii, maşini şi organizații. Termenii „teoria sistemelor" şi „cibernetică" au fost adesea folosiți ca sinonime; anumiți autori însă folosesc sintagma „sisteme cibernetice" pentru a face referire la o clasă a sistemelor generale formată din acele sisteme care presupun *feedback*. Aşadar cibernetica sau teoria sistemelor autoregulatoare se sprijină pe conceptul de *feedback*, definit drept control al comportării viitoare a unui sistem pe baza informației despre performanța sa trecută. (Rogers, 1997, p.386). Norbert Wiener, cel mai cunoscut matematician american şi considerat părintele ciberneticii, a contribuit la studiul comunicării în multe privințe şi a avut o înrâurire importantă asupra grupului de la Palo Alto.

Pentru cercetătorii de la Palo Alto, teoria generală a sistemelor (şi cibernetica în particular) constituie cadrul teoretic larg în care aceştia îşi dezvoltă viziunea interacționistă asupra comunicării. În cadrul modelului

de terapie familială dezvoltată la Palo Alto, familia este văzută ca un sistem. Don D. Jackson este cel care a propus acest model de interacțiune familială, introducând conceptul de „homeostazie familială". Observația de la care a plecat cercetătorul a fost aceea că ameliorarea stării de sănătate a unui bolnav mintal avea adesea repercusiuni grave asupra familiei sale (depresii, episoade psihosomatice etc.). De aici ipoteza că aceste comportamente, precum şi boala pacientului, erau nişte „mecanisme homeostatice", care căutau constant re-stabilirea unui echilibru destul de fragil al sistemului. Interacțiunea umană poate fi, deci, descrisă ca un sistem de comunicare ce respectă proprietățile sistemelor generale. (Watzlawick *et alii*, 1967, p. 148) Prin urmare, uneori „existența unui bolnav este esențială pentru echilibrul familial, astfel încât, atunci când persoana suferindă se vindecă, funcția sa de bolnav este preluată de către un alt membru al familiei." (Sfez, 2002 [1988], p. 172)

5. Imaginea despre realitate nu este realitatea însăşi

Paul Watzlawick (1921-2007), austriac de origine, este una dintre figurile marcante ale Şcolii de la Palo Alto care, spre deosebire de Bateson, a rămas în grupul de cercetare de la Mental Research Institute până la moartea sa, în 2007. După un doctorat în filozofie (preocupări pentru filozofia limbajului, în special) în 1949, devine analist jungian în 1954, apoi pleacă să predea psihoterapia în Salvador. În 1960 descoperă lucrările echipei lui Gregory Bateson despre comunicare şi rolul paradoxului în geneza maladiilor mintale. În acelaşi an, Don Jackson îl invită să se asocieze echipei de la MRI împreună cu care va prelungi lucrările lui Bateson dezvoltând o „pragmatică a comunicării" (despre care vom vorbi în subcapitolele următoare). În 1967, Paul Watzlawick, împreună cu John Weakland şi Richard Fisch creează Centrul de terapie de scurtă durată (Brief Therapy Center). De asemenea, începând din 1967, predă psihiatria la Universitatea din Stanford.

Una dintre preocupările constante ale lui Watzlawick a fost aceea de a înțelege modul în care percepem realitatea şi, mai mult decât atât, modul în care o inventăm, o construim, preocupare ce se va concretiza în două cărți, *How Real Is Real? Communication, Desinformation, Confusion* (1976) şi *Invented Reality: How Do We Know What We Believe We Know? (Contributions to constructivism)* (1981) – editor.

În concepția lui Watzlawick, ideea noastră cotidiană, convențională, despre realitate este o iluzie pe care o consolidăm toată viața chiar cu riscul de a adapta faptele la concepția noastră despre realitate şi nu invers. Cea mai periculoasă dintre toate iluziile este aceea de a crede că nu există decât o singură realitate. De fapt, ceea ce există nu

sunt decât diferite versiuni ale acesteia, dintre care unele pot fi contradictorii şi care sunt, toate, efecte ale comunicării şi nu reflectarea unor adevăruri obiective şi eterne. (Watzlawick, 1984 [1976], p. 7)

Pentru a putea înțelege această „abolire" a realității pe care cercetătorul de la Palo Alto o propune, trebuie să vedem ce înțelege acesta prin „realitate". Există, în concepția lui Watzlawick, două accepțiuni ale termenului, „două realități": prima are de-a face cu proprietățile pur fizice, *obiectiv* sensibile ale *lucrurilor* şi este intim legată de o percepție senzorială corectă (realitate de prim ordin), pe când cea de a doua priveşte atribuirea unei *semnificații* şi unei valori acestor lucruri şi se fondează pe comunicare (realitate de ordin secund). (*ibidem*, p. 137) Un copil poate percepe lumina roşie a semaforului la fel de clar ca un adult (realitatea de ordin prim), fără ca acest lucru să însemne că înțelege şi semnificația „nu traversa" (realitatea de ordin secund).

Prin urmare, diferitele versiuni ale realității sunt realități de ordin secund, în cadrul cărora pot interveni foarte uşor distorsiuni, confuzii, datorită faptului ca ele se construiesc în şi prin comunicare.

Una dintre orientările în care cercetătorul de la Palo Alto a avut o contribuție marcantă este constructivismul, arătând că ceea ce presupunem că descoperim este de fapt o invenție, dar inventatorul nu este conştient de actul pe care îl înfăptuieşte. Invenția devine astfel baza concepției sale despre lume şi a acțiunilor sale. (Watzlawick, 1988 [1981], p. 10) Inventăm deci realitatea pe care credem că o descoperim, lucru care are nu numai valoare teoretică, ci şi una practică, în câmpul terapeutic. Într-un interviu din 1990, autorul afirma că, dacă acceptăm o idee de bază a constructivismului, anume aceea că realitățile noastre sunt întotdeauna construcții şi explicații pe care le dăm despre lumea exterioară, atunci putem începe să înțelegem că o terapie bună constă în schimbarea unei construcții dureroase a realității într-o construcție mai puțin dureroasă, ceea ce nu înseamnă în nici un fel că această construcție este mai puțin „reală" decât cealaltă. Este numai mai puțin dureroasă. (Elkaïm, 1990)

De-a lungul tuturor cărților acestui autor despre care am vorbit deja ne întâlnim în mod constant cu problema paradoxului şi a tipurilor logice (despre care vom discuta pe larg într-un alt subcapitol) care pare să fi fost o preocupare cvasi-permanentă a autorului. În contextul găsirii de soluții pentru paradoxurile practice, terapia va fi concepută în re-cadrarea comunicării, Watzlawick propunând două tipuri de schimbare, destinate a rezolva problemele vieții apărute din comunicarea paradoxală. În cartea sa, *Change. Principles of Problem Formation and Resolution* (1974), scrisă în colaborare cu John Weakland, şi Richard Fisch, Watzlawick vorbeşte despre aceste două tipuri de schimbare. Prima constă în schimbarea datelor conflictuale, mediind acomodări, rearanjări ale

poziţiilor persoanelor unele în raport cu celelalte, însă în interiorul sistemului care rămâne stabil (schimbare 1), cealaltă în schimbarea sistemului, care presupune modificarea funcţionării acestuia (schimbare 2). Acest ultim tip de schimbare este frecvent în experienţa cotidiană: resimţim deodată o senzaţie de iluminare care produce un nou tip de comportament, fără să înţelegem prea bine ce s-a întâmplat. Atunci când un sistem produce efecte patologice, trebuie provocat al doilea tip de schimbare; de exemplu, în cazul unui adolescent care se revoltă împotriva autorităţii părinţilor, aceştia pot reacţiona prin mai multă severitate, ceea ce va antrena probabil mai multă revoltă etc. (schimbare 1); dar pot încerca şi să îşi modifice relaţia cu copilul şi contextul care a dus la reacţiile respective (schimbare 2). (Marc, 1998, pp.133-134)

Într-un articol scris la moartea autorului, în martie 2007, Wendel Ray, Senior Research Fellow la Mental Research Institute, sintetiza într-un paragraf domeniile în care contribuţiile majore ale lui Paul Watzlawick au deschis direcţii de cercetare notabile: teoria sistemelor, terapia familială, teoria comunicării, practica terapiei de scurtă durată, cibernetică aplicată, teorie constructivistă. (Ray, 2007, p. 259)

6. Premise pentru o axiomatică a comunicării

Contribuţia cea mai cunoscută a Şcolii de la Palo Alto la studiul comunicării rămâne, fără doar şi poate, modelul axiomatic al comunicării. Cadrul referenţial în care a luat naştere acest model al comunicării înţeleasă drept interacţiune este centrat pe ideea de *pragmatică a comunicării*, înţelegând prin aceasta modul în care comunicarea poate afecta comportamentul. Din acest punct de vedere, comunicarea este esenţialmente un proces de interacţiune. Nu numai emiţătorul influenţează receptorul, dar acesta, la rândul său, va influenţa actele următoare ale emiţătorului iniţial, cei doi actori ai comunicării schimbându-şi permanent şi alternativ rolurile. Central pentru înţelegerea viziunii despre comunicare este conceptul de homeostazie (sau stare stabilă), concept dezvoltat, aşa cum am arătat deja, sub influenţa teoriei sistemelor. Orice sistem (iar emiţătorul şi receptorul unui proces de comunicare formează un sistem) tinde să îşi găsească o stare de echilibru, de aceea feed-back-ul este esenţial, căci stabileşte schimbarea percepută în interiorul sistemului şi, prin urmare, gradul de de-stabilizare a sistemului.

Înainte de a prezenta axiomele comunicării aşa cum au fost ele formulate în *Pragmatics...*, trebuie să clarificăm din capul locului două noţiuni fundamentale: *redundanţa* şi *metacomunicarea*.

Redundanța (sau constrângerea), din punct de vedere semantic şi sintactic, constă în cunoştințele noastre anterioare despre lume în sensul cel mai larg al termenului şi despre limbă care ne ajută să înțelegem de pildă fraze prost formulate sau să completăm o frază deja începută cu ceea ce este „cel mai logic" să urmeze etc. Mai mult decât atât, aproape oricine se poate servi în mod corect de limba sa maternă, ba poate chiar corecta greşelile altora, chiar în absența cunoaşterii regulilor gramaticale. Făcând un pas mai departe, redundanța pragmatică se traduce prin capacitatea de a evalua, influența şi prevedea un comportament, pe baza cunoştințelor pe care le posedăm. Un comportament scos din context sau care pare aleator sau este lipsit de redundanță ne frapează imediat, recunoaştem „improprietatea" sa poate încă şi mai limpede decât în cazul greşelilor de limbă. (Watzlawick, Paul *et alii*, 1967, p. 36)

Un exemplu edificator este acela al jocului de şah. Un observator extern, care nu cunoaşte regulile jocului de şah şi nici scopul jocului, va putea să le deducă din urmărirea consecventă a mai multor partide. Va observa în primul rând o repetitivitate în alternanța rolurilor, a mutărilor. Regulile mutărilor fiecărei piese vor fi deduse mai dificil, datorită diferențelor între piese şi repetării relativ reduse a mişcării unei aceleiaşi piese. Şi în cadrul acestor tipuri de mişcări, mai uşor va fi dedusă regula de mişcare a nebunului, de pildă, față de cea a turei, piesă care poate chiar să nu fie mişcată deloc de-a lungul unei partide. De asemenea, mişcarea calului va părea mai complicată şi mai greu de prins într-o schemă. Rocada va fi cu atât mai greu de înțeles cu cât nu numai că are mai multe reguli ce trebuie îndeplinite simultan, dar presupune şi o încălcare a regulii de bază, cea a alternanței mutărilor între alb şi negru, presupunând două mişcări consecutive din partea aceluiaşi jucător. După o serie suficient de lungă de partide, observatorul va deduce cu precizie regula de mişcare a fiecărei piese, ba chiar şi scopul final al partidei: matul. Observatorul a identificat de fapt o serie complexă de redundanțe. Legătura redundanței cu pragmatica comunicării ține de faptul că observarea unui comportament ajută la înțelegerea „regulilor" după care funcționează un organism, un sistem, un individ. Înțelegerea şi previziunea comportamentului său ulterior.

Metacomunicarea presupune a comunica despre comunicare. Pentru a înțelege acest concept, Watzlawick si colaboratorii săi propun analogia cu meta-matematica. Matematica, în demonstrațiile, teoremele sale etc. se serveşte de semne şi simboluri specifice, ceea ce se numeşte îndeobşte „limbajul matematic". Însă, atunci când cercetătorii din acest domeniu vor să vorbească despre matematică (de pildă, ridicând problema consistenței aritmeticii ca sistem), vor folosi limbajul care nu mai este parte din matematică, ci *un discurs despre* matematică. Tot astfel, pentru a vorbi despre comunicare este nevoie de *un discurs despre*

comunicare, aşadar de *metacomunicare*. Diferența nu este la fel de evidentă ca în cazul matematicii, pentru că „semnele şi simbolurile" comunicării nu sunt specifice, ci sunt cele ale limbajului comun.

7. O axiomatică a comunicării

Proiectând organic comunicarea, Şcoala de la Palo Alto ajunge la concluzia (ce devine la rândul ei premisă) că „totul este comunicare". „De la simplu instrument al cunoaşterii, comunicarea este ridicată la rangul de referent general, de context totalizator." (Pîrvu, 2000, p. 63) Teoria pragmatică a comunicării expusă în *Pragmatics...* a luat forma unei „axiomatici" care propune cinci postulate de bază ale trăsăturilor distinctive ale comunicării. (Watzlawick *et alii*, pp.48-71)

1. *Imposibilitatea de a nu comunica* (sau „Nu putem să nu comunicăm")

Această primă axiomă porneşte de la observația că nu există non-comportament, comportamentul nu are contrariu. Şi cum orice comportament are valoare de comunicare, înseamnă că nimeni nu se poate sustrage comunicării. Chiar faptul de a nu avea o reacție echivalează tot cu o reacție (aceea de a ignora, de pildă). Activitatea sau inactivitatea, vorbele sau tăcerea, totul are valoare de mesaj.

Pentru cercetătorii de la Palo Alto, comunicarea depăşeşte aşadar granițele intenționalității şi ale limbajului verbal. Ei propun un model polifonic al comunicării (strâns legat de comportament): comunicarea se poate realiza în acelaşi timp verbal, tonal, postural, contextual etc.

2. *Nivelurile comunicării: conținut şi relație* (sau „Orice comunicare comportă două aspecte: conținutul şi relația, astfel încât cel de al doilea îl înglobează pe primul şi prin urmare este o metacomunicare.")

O comunicare nu se limitează la a transmite o informație, ci induce în acelaşi timp un comportament. În termenii lui Bateson, aceste două operații reprezintă aspectele *indiceal* şi *ordonator* ale oricărei comunicări. Indicele este sinonim al conținutului mesajului. În timp ce ordinul desemnează modul în care trebuie înțeles mesajul; cu alte cuvinte se referă la relația între parteneri.

Aceleaşi două niveluri se regăsesc în comunicarea cu ajutorul calculatorului. Este nevoie atât de un set de date, cât şi de instrucțiunile care le însoțesc (acestea reprezintă practic o meta-informație). La nivelul comunicării umane regăsim cele două niveluri sub forma conținutului (ceea ce se transmite ca informație propriu-zisă) şi a relației (ceea ce se transmite despre cum să fie primită informația). Mărcile relației pot fi verbale („am glumit" sau „este un ordin"), paraverbale (tonul sau

intonația care sugerează, de exemplu, un ordin, o rugăminte etc.) sau nonverbale (fizionomia, gesturile, postura etc.). Relația este, prin urmare, întotdeauna o metacomunicare.

Aptitudinea de a metacomunica într-un mod satisfăcător nu este numai condiție *sine qua non* a unei comunicări eficiente, ci are de asemenea legături strânse cu conştiința de sine şi de ceilalți. (Watzlawick *et alii*, 1967, p. 53) În plus, ignorarea distincției între conținut şi relație, cu alte cuvinte între comunicare şi metacomunicare poate duce la „paradoxuri pragmatice", asupra cărora vom reveni, de tipul unui semn de circulație, de exemplu, pe care este scris „Ignorați acest semn".

3. *Punctuația secvenței de comunicare* (sau „Natura unei relații depinde de punctuația secvențelor de comunicare între parteneri.")

Dimensiunea poate cea mai importantă a comunicării este interacțiunea, schimbul de mesaje între interlocutori. Pentru un observator exterior, o serie de comunicări poate fi considerată o secvență neîntreruptă de schimburi. „Punctuația" secvenței de comunicare se referă la secvențele schimbului. Mai precis, in psihologia behavioristă, analizarea unor secvențe minime de interacțiune permite clasificarea intervențiilor in „stimul", „repoziționare" (*reinforcement*), „răspuns". Însă, într-o secvență mai lungă, rolurile sunt interşanjabile, fiecare element putând fi în acelaşi timp, stimul, repoziționare sau răspuns. Bateson şi Jackson, reluând termenii lui Whorf, numesc această succesiune de roluri „punctuația secvenței de comunicare". Într-un schimb de replici între doi indivizi, A şi B, un element dat al comportamentului lui A este un *stimul* în măsura în care este urmat de un element produs de B, iar acesta de un alt element produs de A. Însă dacă elementul propriu lui A se află între două elemente produse de B atunci este un *răspuns*. Iar un element al lui A este repoziționare în măsura în care urmează un element produs de B. (Bateson, Jackson, *apud* Watzlawick *et alii*, 1967, pp. 54-55)

Dezacordul în privința punctuației secvenței de comunicare se află la originea multor neînțelegeri şi conflicte. Într-un schimb conversațional, de exemplu, pare să existe întotdeauna un *lider* si un *urmăritor*, deci o persoană care se poziționează pe o poziție autoritară înaltă şi care „conduce" schimbul şi o persoană care răspunde. Un exemplu concret: un cuplu cu probleme conjugale; soțul se manifestă prin închidere în sine şi pasivitate, iar soția printr-o atitudine critică nedisimulată. Vorbind despre frustrările lor, soțul explică faptul că atitudinea sa pasivă este rezultatul înverşunării critice a soției, iar soția consideră că atitudinea sa este rezultatul pasivității şi indiferenței soțului. Cu alte cuvinte, fiecare „punctează" diferit secvența de comunicare. Pentru soție, elementele produse de soț reprezintă stimulii, în timp ce pentru soț se întâmplă pe dos, replicile soției reprezintă stimulii, el oferind „răspunsuri".

Un alt exemplu edificator este justificarea cursei înarmărilor (urmând aceeaşi idee a punctuației): „Dacă, aşa cum se spune, cea mai bună modalitate de a asigura pacea este să te pregăteşti de război, nu înțelegem de ce toate națiunile consideră înarmarea națiunilor vecine drept o amenințare la adresa păcii. Totuşi aşa se întâmplă, şi prin urmare sunt împinse la a-şi spori activitățile de înarmare pentru a depăşi înarmarea de care se consideră amenințați. Această înarmare este considerată la rândul ei o amenințare de către națiunea A, pe care, de altfel, înarmarea aşa-zis de apărare a națiunii A a provocat-o." (Watzlawick *et alii*, 1967, 58) Şi aşa mai departe... practic fiecare națiune consideră faptele „partenerului" drept stimul, chiar dacă ele nu sunt decât un răspuns.

În concluzie, punctuația structurează faptele de comportament, aşadar este esențială în realizarea interacțiunii.

4. *Comunicarea digitală şi comunicarea analogică* (sau „Ființele umane se servesc de două modele de comunicare: *digital* şi *analogic*. Limbajul digital posedă o sintaxă logică foarte complexă şi foarte comodă, dar este lipsit de o semantică adecvată relației. Pe de altă parte limbajul analogic posedă semantica, dar nu şi sintaxa corespunzătoare unei definiri non-echivoce a naturii relațiilor.")

Distincția între comunicarea digitală şi comunicarea analogică porneşte de la ideea generală că există două moduri fundamentale de comunicare specifice organismelor umane sau artificiale. Analogicul se bazează pe *ideea de similitudine*, în timp ce digitalul ține de dimensiunea convențională a reprezentărilor necesare într-un proces de comunicare.

În comunicarea umană, în particular, obiectele pot fi desemnate în două moduri fundamental diferite: prin reprezentări analogice (de pildă referirea la o pisică se poate realiza printr-un desen reprezentând o pisică) sau digitale (în speță cuvintele). Analogicul ar putea fi asimilat ideii de iconicitate din semiotică, iar digitalul arbitrariului semnului lingvistic (de care vorbea Saussure). Analogicul are ceva „lucruform" (*thing-like*) care trimite exact la obiectul despre care este vorba din realitate. Digitalul se bazează pe convenție, în special pe convenția lingvistică. După cum observă Bateson şi Jackson, „nu există nimic în mod special cinciform în cifra cinci". (Watzlavick *et alii*, 1967, p. 62)

Comunicarea analogică este, afirmă autorii, practic orice comunicare nonverbală sau paraverbală, incluzând în aceste categorii în special postura, gestica, mimica, inflexiunile vocii, succesiunea, ritmul şi intonația cuvintelor şi orice altă manifestare non-verbală de care este capabil organismul care nu lipseşte niciodată din nici un context care poate fi teatrul unei interacțiuni.

Corelând în continuare distincția conținut/relație cu distincția analogic/digital, autorii conchid că ne putem aştepta nu numai ca cele

două moduri de comunicare să coexiste, dar ele se şi completează, fiind foarte probabil ca relaţia să fie în mod esenţial de natură analogică, iar conţinutul să fie transmis în modalitate digitală. (*ibidem*, p. 64)

5. *Interacţiune simetrică şi interacţiune complementară* (sau „Orice schimb comunicaţional este simetric sau complementar, după cum se bazează pe egalitate sau pe diferenţă.")

Cea de a cincea axiomă se fundamentează pe conceptul de *schismogeneză* propus de Gregory Bateson, în antropologie, şi care desemnează procesul de diferenţiere a normelor comportamentului individual în urma interacţiunii cumulative între indivizi. (Din această perspectivă, psihologia socială ar trebui să se ocupe cu studiul reacţiilor indivizilor la reacţiile altor indivizi.) În interiorul unui sistem, indivizii au tendinţa să se schimbe treptat, în urma interacţiunii cu alţi indivizi. Există practic două tipuri etalon de interacţiuni între doi locutori A şi B: schismogeneza complementară şi schismogeneza simetrică. Ce se înţelege prin cei doi termeni?

În primul caz, A reprezintă un model autoritar, iar B îi răspunde adoptând un model de obedienţă, ceea ce va favoriza un alt act autoritar din partea lui A, urmat de un altul submisiv al lui B şamd. Aşadar, într-o interacţiune *complementară*, există două poziţii diferite posibile: unul dintre parteneri ocupă o poziţie considerată superioară, primă sau înaltă (*one-up*), iar celălalt poziţia corespondentă inferioară, secundă sau joasă (*one-down*). Cele două poziţii nu trebuie asociate complementarităţii de tip bine/rău, pozitiv/negativ sau puternic/slab. Ele desemnează poziţii sociale complementare, cum ar fi relaţii mamă-copil, doctor-pacient, profesor-student etc.

Al doilea caz presupune poziţii egale ale locutorului A şi interlocutorului B care se fondează pe minimizarea diferenţelor, ceea ce presupune de cele mai multe ori un comportament de tip oglindă. Este cazul, de pildă, al comportamentelor encomiastice reciproce, în care o primă apreciere laudativă aduce după sine o laudă simetrică din partea celui lăudat.

Autorii înşişi îşi exprima oarecare rezerve faţă de cele cinci axiome enunţate, afirmând că ele reprezintă mai degrabă prolegomene decât o operă de sine stătătoare, datorită eterogenităţii lor care ţine de fenomene de comunicare situate în registre diferite. Coerenţa însă este de regăsit in *dimensiunea lor pragmatică*. (Watzlawick *et alii*, 1967, p. 70)

8. Comunicarea paradoxală

Conceptul cheie al Şcolii de la Palo Alto este *dubla constrângere* (*double bind*), care ia naştere din observarea comportamentului uman în situaţii paradoxale. Pentru a ajunge la înţelegerea acestuia, este necesar

mai întâi să vedem care sunt tipurile de paradoxuri posibile, cum au luat naştere ele şi cum influenţează acestea comportamentul uman.

O primă încercare de definire a paradoxului aduce ideea de contradicţie la care se ajunge în urma unei deducţii corecte pornind de la premise „consistente" (se exclud aşadar sofismele). Există, spun Watzlawick şi colaboratorii săi, trei tipuri de paradoxuri: paradoxurile logice (sau antinomiile), definiţiile paradoxale (sau antinomiile semantice) şi paradoxurile pragmatice (sau injoncţiunile şi previziunile paradoxale), corespunzând palierelor logic, semantic şi pragmatic ale teoriei comunicării.

Paradoxurile logico-matematice sunt reprezentate de celebrul paradox al „claselor tuturor claselor care nu sunt membre ale lor însele". Clasa este definită drept totalitatea obiectelor având o proprietate comună. Aşadar există clasa tuturor conceptelor. Însă clasa tuturor conceptelor este la rândul ei un concept, deci face parte din ea însăşi şi nu face parte din clasa „non-conceptelor". De unde rezultă că există clase care sunt membre ale lor înselor şi clase care nu sunt membre ale lor înselor. La un palier superior va exista, deci, o clasa M a tuturor claselor care sunt membre ale lor înselor şi o clasă N a tuturor claselor care nu sunt membre ale lor înselor. Dacă N este membră a ei înseşi înseamnă că nu este membră a ei înseşi, ceea ce este paradoxal. Rezultă, deci, că nu este membră a ei înseşi, deci este de tip M, adică „este membră a ei înseşi" ceea ce este paradoxal. Paradoxul logic este complet. Premisele sunt consistente, deducţia logică este riguroasă, legile logice nu sunt deci încălcate. (Watzlavick *et alii*, 1967, p. 190)

Răspunsul la aceste tipuri de paradoxuri este dat de Bertrand Russell, prin *teoria tipurilor logice* care, pe scurt, propune un principiu esenţial: ceea ce cuprinde „toate" elementele unei colecţii nu trebuie şi nu poate să fie un element al colecţiei. Paradoxul logic ia naştere, aşadar, printr-o suprapunere de tipuri logice sau de niveluri. O clasă este întotdeauna de un tip superior tuturor elementelor sale.

Pentru a înţelege mai bine această problemă a tipurilor logice, care este esenţială în înţelegerea paradoxului aşa cum este el înţeles în matematică şi, în particular, în teoriile Şcolii de la Palo Alto, există un scenariu care explica prin de-abstractizare axioma propusă de logicianul englez Bertrand Russell, „povestea bibliotecarului meticulos": „Într-o zi, plimbându-se printre rafturi, bibliotecarul descoperă o colecţie de cataloage. Este vorba de cataloage separate pentru romane, opere de referinţă, poezie şi aşa mai departe. Bibliotecarul remarcă faptul că unele dintre cataloage se înscriu în ele însele, în timp ce altele nu. Pentru a simplifica sistemul, bibliotecarul mai alcătuieşte două cataloage, unul care se autoinclude pe el însuşi şi, ceea ce e mai interesant, altul care include toate cataloagele ce nu sunt înscrise în ele însele. După ce şi-a

îndeplinit sarcina, bibliotecarul îşi pune următoarea problemă: ar trebui înscris în catalog şi catalogul care include toate cataloagele ce nu sunt înscrise în ele însele? Dacă e înscris, prin definiţie el ar trebui să nu fie înscris. Totuşi, dacă nu e înscris, prin definiţie ar trebui înscris. Bibliotecarul va rămâne oricum în impas." (Singh, 2007 [1997], p. 160)

Axioma propusă de Russell (şi care a rezolvat şi multe dintre impasurile în care se afla matematica la începutul secolului trecut) este, deci, următoarea: Nici o clasă nu poate fi membră a ei înseşi.

Antinomiile semantice sau definiţiile paradoxale au drept exponent celebru fraza „Sunt un mincinos.". Paradoxul constă în faptul că persoana respectivă fie este mincinoasă şi atunci ar trebui să mintă inclusiv despre faptul că minte, aşadar nu are cum să afirme că este mincinoasă, fie spune adevărul şi atunci ar trebui să spună adevărul inclusiv despre faptul că nu minte, aşadar nu poate spune că este mincinoasă. Practic definiţiile paradoxale se bazează pe aceeaşi confuzie de niveluri, translatate de această dată la nivel lingvistic. Pornind de la exemplul cu tipurile de clase, termenul „concept" de la un nivel inferior nu este echivalent cu acelaşi termen dintr-un nivel superior. Însă omonimia semantică deschide uşa suprapunerii. De aceea, nivelurile ar trebui să poată fi marcate într-un fel, prin ghilimele, italice sau o altă formă măcar grafică. Rudolf Carnap şi Alfred Tarski au dezvoltat teoria nivelurilor de limbaj: există un nivel al *limbii-obiect* şi un nivel al limbii care vorbeşte despre limbă (despre ea însăşi), aşadar o *metalimbă*. Privind din acest punct de vedere, enunţul „Sunt un mincinos" se situează la ambele niveluri fără a specifica distincţia între ele.

Pentru a putea înţelege paradoxurile pragmatice, să trecem în revistă un ultim paradox semantic, de asemenea celebru: paradoxul bărbierului. În esenţă, paradoxul este următorul: într-un sat trăieşte un bărbier care îi bărbiereşte pe toţi oamenii din sat care nu se bărbieresc singuri. Paradoxul constă în imposibilitatea de a-l clasa pe bărbierul însuşi, presupunând că se bărbiereşte, la rândul lui: face parte dintre cei care se bărbieresc singuri sau dintre cei bărbieriţi de el? O deducţie riguroasă ajunge la concluzia că un astfel de bărbier nu poate exista.

O versiune uşor diferită a acestui paradox, propusă de Hans Reichenbach (*apud* Watzlawick *et alii*, 1967, p. 193), îl regăseşte pe bărbier în persoana unui soldat căruia căpitanul i-a ordonat să-i bărbierească pe toţi soldaţii din companie care nu se bărbieresc singuri. Reichenbach ajunge la aceeaşi concluzie logică posibilă curajoasă, că un astfel de soldat (în felul în care a fost definit) nu există. (Rastier, 1996) Acesta este un exemplu tipic de paradox pragmatic. El întruneşte trei trăsături fundamentale: presupune o relaţie puternică de complementaritate (ofiţer-subordonat), în cadrul acestei relaţii a fost dat un ordin dar care trebuie încălcat pentru a fi respectat şi, în sfârşit,

individul care, în această relație, se află în poziția *joasă* nu poate ieşi din cadru şi să rezolve astfel paradoxul, criticându-l, cu alte cuvinte meta-comunicând pe acest subiect (pentru că acest lucru s-ar traduce prin insubordonare). Un individ prins într-o atare situație se găseşte într-o *poziție de neconceput*.

9. Teoria dublei constrângeri (*double bind*)

Teoria dublei constrângeri a luat naştere în urma unei cercetări privind efectele paradoxurilor pragmatice în interacțiunile umane. Ea a fost pentru prima dată teoretizată într-un articol semnat de Gregory Bateson, Don Jackson, Jay Haley şi John Weakland, „Toward a Theory of Schizophrenia" (1956). Articolul a fost inclus ulterior în cartea de referință a lui Bateson, *Steps To An Ecology Of Mind*. Autorii au încercat să găsească soluții practice pentru tratarea schizofreniei, pornind de la observarea comunicării şi a rolului jucat de aceasta în interiorul relațiilor pe care „pacientul" le întreține cu membrii apropiați ai familiei.

Conturarea *dublei constrângeri* are ca punct de pornire teoretic teoria tipurilor logice a lui Russell (discutată anterior în cadrul paradoxurilor logice), care afirmă că există o discontinuitatea între clase şi membrii lor: clasa nu poate fi membră a ei înseşi, după cum nici unul dintre membrii unei clase nu pot fi clasa în sine, deoarece termenul folosit pentru clasă nu se situează la acelaşi nivel de abstractizare precum cel folosit pentru membrii săi. (Bateson, 1987 [1972], p. 154)

Ce este, în esență, dubla constrângere? O situație de tip paradoxal în care individul se simte prins fără şansa de a putea ieşi în vreun fel. „Ingredientele" necesare unei situații de tip dublă constrângere, aşa cum sunt ele prezentate de Bateson şi colaboratorii săi, sunt următoarele (*ibidem*, p. 157):

1. *Două sau mai multe persoane*. De dragul argumentării una dintre ele va fi numită în continuare „victima".

2. *Experiență repetată*. Se presupune că dubla constrângere este un model comportamental recurent în viața individului în cauză.

3. *Un prim ordin negativ*. Acesta poate avea una dintre următoarele două forme: a) „Nu face asta, sau o să te pedepsesc!" sau b) „Dacă nu faci asta, o să te pedepsesc!". Cel mai adesea pedeapsa se traduce prin retragerea iubirii (față de copil, de exemplu) sau prin exprimarea urii sau a mâniei.

4. *Un al doilea ordin care intră în contradicție cu primul* la un nivel mai abstract şi, ca şi primul, întărit de amenințarea cu pedeapsa. Acest al doilea ordin este mai greu de descris, deoarece, de obicei, el este comunicat în mod nonverbal. În plus, verbalizarea acestui al doilea ordin poate lua o mulțime de forme, întrucât el poate avea legătură cu orice

element al primului ordin. Exemple de ordin secund verbalizat: „Nu o lua ca pe o pedeapsă”, „Nu te gândi la ce nu trebuie să faci”, „Nu mă considera agentul care pedepseşte” etc.

5. *Un al treilea ordin care îi interzice victimei să scape din situaţia în care se află*. Acest element este oarecum cuprins la nivelul primelor două ordine şi, în orice caz, dacă situaţia de dublă constrângere survine în timpul copilăriei, este practic cvasi-imposibil de surmontat.

6. În fine, acest set complet de condiţii nu mai este necesar, spune Bateson, atunci când persoana a învăţat să perceapă universul prin *pattern*-uri de dublă constrângere.

Ipoteza dublei constrângeri se bazează pe teoria tipurilor logice a lui Russell, iar individul prins într-o asemenea situaţie nu poate distinge un nivel logic inferior de cel superior. Caracteristicile generale ale acestei situaţii sunt următoarele:

1. Doi sau mai mulţi indivizi aflaţi într-o relaţie importantă, vitală (exemple de astfel de relaţii sunt relaţiile familiale, de dependenţă materială, de dragoste, fidelitatea faţă de o credinţă etc.)

2. Într-un asemenea context, este emis un mesaj, în următoarele condiţii: a) afirmă ceva; b) afirmă ceva în legătură cu propria afirmaţie; c) cele două afirmaţii se exclud reciproc. Astfel, dacă afirmaţia este un ordin, trebuie să nu-l respecţi ca să-l poţi respecta (vezi paradoxurile pragmatice)

3. Receptorul mesajului se află în imposibilitatea de a ieşi din cadrul fixat de acest mesaj, fie printr-o metacomunicare (critică), fie retrăgându-se. Şi, chiar dacă mesajul este lipsit de sens, din punct de vedere logic, nu poţi să nu reacţionezi la el, dar nici să reacţionezi într-un mod adecvat (nonparadoxal), pentru că mesajul în sine este paradoxal. (Watzlawick *et alii*, 1967, p.212)

Un exemplu tipic de situaţie de tip dublă constrângere este următoarea: Un copil îşi vede părintele nervos. Părintele neagă că ar fi nervos şi insistă ca şi copilul să nege la rândul lui. Ce ar trebui să facă în acest caz copilul? Să îşi creadă simţurile sau părintele? Practic are de ales între două „rele”: fie îşi pierde simţul realităţii, fie îşi pierde relaţia cu părintele. Ieşirea dintr-o astfel de situaţie se poate face numai metacomunicând; de pildă, un enunţ de genul „Îmi transmiţi mesaje contradictorii?”. Schizofrenicul, însă, este cel care şi-a pierdut capacitatea de a metacomunica, el se vede prins într-o situaţie paradoxală fără ieşire. (Rogers, 1997, p. 97)

Alte exemple tipice de tip dublă constrângere pot fi regăsite uneori în fraze simple: o mamă spunându-i fiului său „trebuie să mă iubeşti”; o mamă cerându-i fiului „Arată-le rudelor tale cum te joci!”; o soţie spunându-i soţului „ar trebui să-ţi placă să te joci cu copiii, ca tuturor celorlalţi taţi”; ordinul „fii spontan!”. Construcţia este practic aceeaşi. În

primul caz, spre exemplu, ordinul prim este propoziția în sine, iar cel de al doilea este ideea nespusă că un copil trebuie să îşi iubească mama în mod necondiționat oricum, aşadar de bunăvoie.

Double bind se aplică şi la structuri sociale (după cum arată Bateson în *Naven*, în legătură cu interacțiunile în cadrul tribului Iatmul din Noua Guinee).

Din unghiul de vedere al teoriei sistemelor (cadrul de referință larg pentru teoriile elaborate de grupul de la Palo Alto), schizofrenia nu mai este produsul exclusiv al creierului, ci este rezultatul unui *sistem* familial sau social. (Sfez, 2002 [1988], p. 171)

Teoria dublei constrângeri a suscitat un interes relativ redus de-a lungul anilor, totuşi cercetarea din domeniul psihiatriei de la Veteran Hospital a dus la un întreg complex de psihoterapii, numite şi terapiile scurte, sau terapiile Palo Alto. În 1982, Lynn Hoffman, specialist internațional în terapia familială, ridică problema inversei cauzalități a dublei constrângeri. Ea sugerează că este posibil ca nu familia să *dublu constrângă* pacientul încât să-i cauzeze schizofrenie, ci, dimpotrivă, comportamentul pacientului care dezvoltă schizofrenia, în încercarea lui de a comunica, determină familia să ajungă să se contrazică în serii repetate de mesaje concurente. (Gibney, 2006, p. 51)

Marele merit al teoriei dublei constrângeri este acela de a fi introdus conceptul de „putere" atât în terapia familială, cât şi în teoriile comunicaționale (concept care se regăseşte, într-o formă sau alta, în axiomatica de la Palo Alto). Dubla constrângere funcționează tocmai pentru că cineva are putere asupra altcuiva sau cel puțin cineva are dreptul să definească contextul în care se dezvoltă şi acționează o altă persoană.

10. Critica ideilor Şcolii de la Palo Alto

Teoria şcolii de la Palo Alto pare să fi recuperat sensul de comuniune (a pune în comun, a fi în relație) al comunicării, în opoziție cu acela de transmitere. Ea nu este însă lipsită de critici, uneori virulente. Două poziții sunt semnificative în acest sens, ambele venind din spațiul francez: una îi aparține lui Lucien Sfez, cealaltă lui Bernard Miège.

În cartea sa, *O critică a comunicării*, Sfez arată limitele teoretice ale grupului de la Palo Alto, pornind de la câteva observații legate de ceea ce autorul numeşte „practicile teoretizate". Este vorba despre sisteme teoretice construite post-factum, pornind de la rezultatele practicii. Palo Alto propune o „ştiință a singularului", a faptelor separate, plină de răspunsuri, însă care se găseşte într-un relativ impas atunci când caută un

fundament serios, epistemologic, care să poată susține doctrina şi în afara rezultatelor particulare.

Una dintre criticile cele mai „acide" se referă la inconsistența şi lipsa de sistematizare a referințelor ce se regăsesc în cărțile de referință ale grupului: „referințele lor nu sunt oare fragmentate? Trunchiate? Autorii citați nu sunt de mâna a doua? Sau tratați prea dezinvolt? Trei rânduri ici-colo despre Platon, două despre Descartes şi unul despre Aristotel ne pot oare satisface? [...] Wittgenstein (care dintre ei? Au fost mai mulți, dar nimeni nu se sinchiseşte) [...] Marxismul? Absent. Husserl, fenomenologia, şcolile psihanalitice disidente, Lacan & Co: de negăsit." (Sfez, 2002 [1988], p. 185)

Totuşi, deşi pretinde a se situa pe o poziție de arbitru imparțial, Sfez se află într-o situație uşor ingrată, care transpare uneori, autoidentificându-se (prin naționalitate şi, poate, şi partizanat individual) cu „marii absenți", căci Bateson, de pildă, spune autorul, nu-i citează nici pe Descartes, nici pe Bergson, iar Şcoala de la Palo Alto refuză „să recurgă la terapiile *noastre* de lungă durată". (*ibidem*, p. 186)

La aceste două critici legate de fundamentarea epistemologică a teoriei propuse de grupul de la Palo Alto, Sfez adaugă două contradicții în logica acesteia: una se referă la poziția terapeutului, cealaltă la ideea de transparență *vs.* confuzie.

Poziția terapeutului în tipul de terapie propus la Palo Alto este una clasică, în care acesta nu este implicat în proces, el rămânând un observator. Totuşi, arată Sfez, observatorul se află în acelaşi timp şi în interior şi în exterior, aşadar este implicat în interiorul unei operații, ceea ce este o contradicție.

În ceea ce priveşte problema transparenței, apelul la clasele logice (preluate de la Russell) are scopul de a oferi ieşirea din situații de tip *doube-bind*. Însă una dintre intervențiile tipice recunoscute de cercetătorii de la Palo Alto este cea a ordinelor paradoxale. Iată, deci, contradicția dintre transparența vizată şi un procedeu care foloseşte obscuritatea şi confuzia. Mai mult, practica generală a confuziei este doar percepută, dar nu teoretizată. Ea nu devine concept epistemologic.

Bernard Miège, în *Gândirea comunicațională*, vorbeşte despre trei critici importante aduse Şcolii de la Palo Alto: o critică logică, una „internă" şi una teoretică.

Critica logică se referă la argumentul observatorului dotat cu o capacitate de observație şi percepție care nu induce distorsiune, prezumție îndeobşte criticată astăzi. Acest argument stă la baza construcției epistemologice a modelului, căci nivelului metacomunicațional îi revine funcția de a decela eventualele distorsiuni intervenite în comunicarea „pură". (Miège, 1998 [1995], p. 63)

În ceea ce priveşte critica „internă”, aceasta este legată de distincţia comunicare de relaţie / comunicare de conţinut. Ea poate fi destul de clar asociată cu distincţia propusă de Peirce între comunicarea indiceală şi comunicarea simbolică. Prima, însă, este opacă, puţin mobilă şi intranzitivă (fără obiect). Ea nu se cunoaşte pe sine însăşi şi e lipsită de intenţie; de aceea nu poate avea rolul major acordat de autorii grupului de la Palo Alto. (*ibidem*, p. 64)

Critica teoretică priveşte apropierea teoretică evidentă de funcţionalism, pornind de la teoriile gestaltiste şi teoria generală a sistemelor şi evidenţiind, prin urmare, nevoia de comunicare a individului în cadrul unui sistem: „funcţionalismul clasic şi Şcoala de la Palo Alto presupun din pornire un sistem convenabil, numit fie societate, fie eu. Forma homeostatică a acestor sisteme este, pe de o parte, pluralismul social legat de autonomia şi libertatea individuale, iar, pe de altă parte, integrarea psihică (normalitatea).” (*ibidem*) Integrarea în sistem (lingvistică, psihologică, comportamentală) presupune mereu preeminenţa, autonomia şi raţionalitatea sistemului.

Dincolo de criticile aduse Şcolii de la Palo Alto, cercetările întreprinse de Bateson, Watzlawick şi colaboratorii lor rămân de certă valoare pentru studiul comunicării interpersonale (lăsând la o parte contribuţia deloc neglijabilă în domeniul psihoterapiilor). Sfez însuşi afirmă că maliţiozitatea afirmaţiilor sale „nu poate să desfiinţeze geniul elegant al lui Bateson şi găselniţele lui, ingeniozitatea lui Watzlawick, Weakland sau Erikson”. (Sfez, 2002 [1988], p. 188)

Bibliografie

Bateson, Gregory, *Steps To An Ecology of Mind, Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology*, Jason Aronson Inc, 1987 [1972].

Elkaïm, Mony, *Entretiens avec Paul Watzlawick*, 12 iulie 1990, în *Resonances*, nr. 1, 1991, reprodus la http://www.institut-famille.com/ift/article.php?art=4

Espinoza, Jean-Claude, „Gregory Bateson – pionnier de la transdisciplinarité" în *Hypnose et Thérapies Brèves*, nr. 1, mai/iunie/iulie 2006, pp. 68-69.

Gibney, Paul, „The Double Bind Theory: Still Crazy-Making After All These Years" în *Psychotherapy in Australia*, vol. 12, nr. 3, mai 2006, pp. 48-55.

Köhler, Wolfgang, „Gestalt Pshychology Today" în *American Psychologist*, 14., 1959, pp. 727-734.

Marc, Edmond, „Palo Alto: l'école de la communication" în *La communication. Etat des savoirs*, Sciences Humaines, Auxerre Cedex, 1998.

Miège, Bernard, *Gândirea comunicațională* [*La pensée communicationnelle*], trad. Maria Ivănescu, Cartea Românească, Bucureşti, 1998 [1995].

Pîrvu, Ilie, *Filosofia comunicării*, Comunicare.ro, Bucureşti, 2000.

Rastier, François, „Chamfort: le sens du paradoxe" în *Le paradoxe en linguistique et en littérature*, texte culese de Ronald Landheer şi Paul J. Smith, Genève : Droz, 1996, pp. 117-147, reprodus la http://www.revue-texto.net/Inedits/Rastier/Rastier_Chamfort.html

Ray, Wendel, „Paul Watzlawick, PhD, philosophe et pionnier de la thérapie familiale, est mort à l'âge de 85 ans" în *Cahiers critiques de thérapie familiale et de pratiques de réseaux*, nr. 38, 2007, pp. 259-260.

Rogers, Everett, *A History of Communication Study. A Biographical Approach*, The Free Press, New York, 1997.

Sfez, Lucien, *O critică a comunicării* [*Critique de la communication*], trad. Radu Gârmacea, Raluca Popescu şi Sorin Gherguț, Comunicare.ro, Bucureşti, 2002 [1988].

Singh, Simon, *Marea teoremă a lui Fermat* [*Fermat's Last Theorem*], trad. Mihnea Moroianu şi Luiza Gervescu, Humanitas, Bucureşti, 2007 [1997].

Von Bertalanffy, Ludwig, „The History and Status of General Systems Theory" în *The Academy of Management Journal*, vol. 15, nr. 4, dec. 1972, pp. 407-426.

Watzlawick, Paul, Beavin Bavelas, Janet, Jackson, Don D., *Pragmatics of Human Communication. A study of interactional patterns, pathologies and paradoxes*, W.W. Norton & Company, New York – London, 1967.

Watzlawick, Paul, *La réalité de la réalité. Confusion, désinformation, communication* (*How Real Is Real? Communication, Desinformation, Confusion*), trad. Edgar Roskis, Seuil, Paris, 1984 [1976].

Watzlawick, Paul (coord.), *L'invention de la réalité. Contributions au constructivisme* (*Die Erfundene Wirklichkeit Wir wissen wir, was wir zu wissen glauben? Beiträge zum Konstruktivismus*), trad. Anne-Lise Hacker, Seuil, Paris, 1988 [1981].

Winkin, Yves, *La nouvelle communication*, (textes recueillis et présentés par Yves Winkin), Seuil, Paris, 1981.

Wittezaele, Jean-Jacques, „L'écologie de l'esprit selon Gregory Bateson", în *Multitudes [on line]*, nr. 24, primăvara 2006, pp. 1-26. http://multitudes.samizdat.net/IMG/pdf/24-wittezaele.pdf

Curs 9
Şcoala semiotică

1. Aventura semiotică europeană

Atunci când vorbim despre domeniul comunicării nu putem ignora două discipline care îl fundamentează şi îl legitimează într-o măsură foarte mare: lingvistica şi, mai larg, semiotica. Dacă ne gândim numai la primele modele ale comunicării sau la componenta esențială a oricărui proces de comunicare numită „mesaj", vom accepta fără doar şi poate rolul fundamental pe care cele două discipline şi în mod special semiotica l-au avut în conturarea disciplinei comunicării.

Teoriile comunicării (ale comunicării de masă în special) vizează în principal două componente fundamentale ale procesului de comunicare: emițătorul şi receptorul. Dacă avem în vedere paradigmele mari conturate (mai ales pe tărâm american) vom remarca fără îndoială o preocupare cvasiunitară pentru efectele mesajelor (teoriile efectelor mass media) sau pentru receptorii finali (studiile centrate pe audiență). Credem că o cercetare riguroasă a acestui domeniu complex nu poate ignora mesajul şi codul, modul în care se construieşte sensul şi în care semnificația este decodată.

Poate că, din acest punct de vedere, domeniul lingvisticii ar fi cel care ne oferă uneltele de care avem nevoie pentru a înțelege şi integra în teoriile comunicării aspectele legate de mesaj. Ar fi reducționist însă să considerăm că singurul mod de a construi sens este prin intermediul cuvintelor. Dimensiunea lingvistică nu este, prin urmare, decât un aspect al problemei complexe a sensului şi din acest punct de vedere ramura lingvisticii numită pragmatică (sau, mai larg, filosofia limbajului) este cea mai în măsură să ne ofere răspunsurile pe care le căutăm. Însă, dincolo de cuvinte, sensul continuă să existe fără doar şi poate. Sensul se construieşte în mod fundamental prin semne (între care semnul lingvistic ocupă, desigur, un loc important). Simplist vorbind, semnul este „ceva" care stă pentru „altceva". Cu alte cuvinte, prin simplul său statut de semn, acesta transmite deja o semnificație, aceea că trimite la „altceva".

Totul în jurul nostru este semn. Şi din acest punct de vedere semnele sunt repere care ne ajută să ne orientăm în lumea în care trăim. Copacii fără frunze sunt semne pentru anotimp şi pentru vreme, modul în care oamenii se îmbracă, maşinile pe care le conduc, obiectele personale ale fiecăruia sunt semne ale statutului social, trotuarele sunt semne ale gradului de civilizație, iluminatul la fel şi exemplele pot continua la nesfârşit; aproape că nu putem să găsim nici un obiect al lumii

înconjurătoare care să nu ne transmită un mesaj. Am îndrăzni chiar să spunem că tipul acesta de comunicare prin semnele care ne înconjoară este mai important decât comunicarea verbală, pentru că ne oferă reperele fundamentale cu ajutorul cărora ne orientăm în lume şi ne situăm în raport cu ceilalţi. Avem tendinţa de a considera limbajul ca sursă fundamentală de sens. Credem că limbajul este mai degrabă o modalitate de rafinare a sensului, a sensurilor. Sensurile elementare, de bază, fără de care nu ne-am putea descurca ne sunt furnizate de semne nonlingvistice.

De aceea, o istorie a comunicării nu poate ignora această dimensiune definitorie a procesului de comunicare care este mesajul. Iar ştiinţa care îl studiază pornind de la ideea de semn (care am văzut că este absolut fundamentală) este semiotica.

Semiotica este cvasiunanim acceptată drept „ştiinţa generală a semnelor" (vom vedea mai departe că definiţia nu este acceptată ca atare de şcoala de la Paris). Ea s-a dezvoltat ca ştiinţă în două direcţii fundamentale, două tradiţii deopotrivă recunoscute şi criticate: semiotica modernă europeană şi semiotica americană. Ferdinand de Saussure şi Charles Sanders Peirce sunt întemeietorii celor două tradiţii, iar perspectivele pe care le deschid diferă fundamental prin modul în care este interpretat semnul. Întreaga direcţie semiotică europeană (cu excepţia lui Eco) se întemeiază pe concepţia duală a semnului lingvistic (aşa cum este propusă încă de la începutul secolului trecut de Ferdinand de Saussure), în timp ce semiotica americană se revendică de la semnul triadic propus de Peirce. Situat la limita între cele două orientări (concepţii) majore, Umberto Eco propune o viziune proprie, profund originală, care îl situează din punct de vedere teoretic pe o poziţie „tampon".

Există o întreagă discuţie legată de întemeierea semioticii ca disciplină autonomă, discuţie care nu s-a finalizat niciodată cu o decizie comună asupra momentului de care vorbeam. În mod cvasigeneral însă părinţii întemeietori sunt consideraţi Saussure şi Peirce, aşadar din punct de vedere cronologic la sfârşitul veacului al XIX-lea şi începutul celui de-al XX-lea. Totuşi, trecând peste faptul că există încă reţineri cu privire la determinarea cu precizie a parametrilor graţie cărora un ansamblu de cunoştinţe devine o ştiinţă, nu putem ignora preocupările vechi legate de ştiinţa semnelor. Tzvetan Todorov lega (în 1977) constituirea semioticii de ceea ce el numeşte „sinteza augustiniană", caracterizând-o drept „prima construcţie care, în istoria gândirii occidentale, merită numele de semiotică" (Tzvetan Todorov, *Théorie du symbole*, *apud* Cezar Radu, *Postfaţă* la Eco, 1982 [1976], 65). Un alt moment important din istoria semioticii este fără îndoială cel antic grecesc. Aristotel, în *Despre interpretare*, de pildă oferă o explicaţie cel puţin la fel de validă ca cea

saussuriană în legătură cu arbitrariul semnului lingvistic. Se cuvine să menționăm de asemenea numele lui Platon şi şcoala stoică în general.

Thomas Sebeok leagă apariția semioticii de întemeierea medicinei ca ştiință, propunând ca punct de reper numele lui Hipocrate care legitimează semiotica drept ramură a medicinei prin studiul simptomelor (simptomul este un *sêmeion*, „marcă, semn" care reprezintă altceva decât pe sine). (Sebeok, 2002 [2001], 20)

Cu aceste considerente, vom rămâne totuşi pe linia cvasiunanim acceptată a întemeietorilor de la sfârşitul secolului al XIX-lea şi începutul celui de-al XX-lea, mai ales luând în considerare faptul că ceea ce ne interesează în mod special este de a pune în lumină legăturile care se stabilesc între comunicare şi semiotică, văzute ca discipline autonome.

2. Întemeietorii semioticii europene: Ferdinand de Saussure şi Louis Hjelmslev

Curentul de gândire numit structuralism comportă două dimensiuni esențiale: o orientare metodologică (unanim considerată un imens câştig gnoseologic) şi una teoretică, destul de controversată, în sensul că nu există o teorie structuralistă unitară. În sens restrâns, structuralismul se referă la „acea etapă din istoria lingvisticii ce precede gramatica generativ-transformațională a lui Chomsky (Syntactic Structures, 1957)". În sens larg, structuralismul înglobează „toate teoriile care examinează sistemul limbii în imanența sa şi în genere toate cercetările sistemice subordonate pertinenței semantice şi inspirate de modelul lingvistic" (Nemoianu, 1967, 23).

Orice demers structuralist se traduce prin reduceri succesive ale variantelor la invariante, urmate de descoperirea unui câmp de relații. Etimologic vorbind (lat. *struere* = a construi), structura are sensul de edificiu bazat pe organicitatea părților. Ideea de sistem al limbii cu toate implicațiile sale (separarea sistemului (sincronie) de seria modificărilor (diacronie) care l-au produs, impunerea formei şi nu a substanței, caracterul imanent al analizei) stă la baza structuralismului lingvistic şi a semioticii.

Termenul de „structură" este punctul de plecare pentru cercetarea lingvistică în continuă dezvoltare de la începutul secolului al XX-lea. După ce Ferdinand de Saussure oferise aproape toate elementele necesare unui structuralism lingvistic, Şcoala de la Praga, mai ales prin N.S. Trubeţkoi şi R. Jakobson, va fi cea care îl va consolida.

În teoriile limbii, structuralismul îşi are rădăcinile în opera saussuriană. Limba este considerată nu un conglomerat de elemente, ci un sistem în care totul este solidar, aşadar relațiile dintre elemente capătă o

importanță majoră. Cercetarea limbii ca structură complexă (care este mai mult decât suma părților) nu este posibilă decât făcând abstracție de evoluție. Pentru a descoperi ansamblul de relații, trebuie considerată interdependența elementelor la un anumit moment dat. Limbile sunt în continuă transformare şi acest lucru nu poate fi ignorat, însă mecanismul funcționării lor nu poate fi surprins/studiat decât judecându-le ca structuri de termeni coexistenți. Apariția structuralismul se poate traduce, din acest punct de vedere, prin deplasarea accentului, în analiza fenomenului lingvistic, de la istorism la descriptivism.

Cronologic vorbind, aventura semiotică îşi are rădăcinile în începutul secolului al XX-lea, o dată cu apariția *Cursului de lingvistică generală* al lui Saussure, scrierile americanului Charles Sanders Peirce şi cu formalismul rus. (Formalismul este un curent de criticism (în principal literar) apărut în Rusia în a două jumătate a secolului al XIX-lea şi care rămâne activ până în 1930. (nota 1))

Ferdinand de Saussure (1857-1913) este considerat fondatorul lingvisticii moderne prin aceea că încearcă să descrie structura limbii mai degrabă decât istoria limbilor particulare. Mai mult decât atât, metoda structuralismului în lingvistică şi în studiile literare, precum şi o importantă direcție în semiotică îşi găsesc punctul de plecare în opera lingvistului elvețian de la începutul secolului al XX-lea.

Saussure s-a născut la Geneva, în Elveția, însă influența majora va fi mai ales asupra şcolii franceze de lingvistică şi semiotică, întrucât, în 1880 acesta se mută la Paris, unde devine profesor la Ecole Pratique des Hautes Etudes. Aici va preda timp de 11 ani germana veche, sanscrită, latină, persană şi lituaniană. Perioada petrecută la Paris este una de mari prefaceri în învățământul universitar, cu precădere în domeniile limbilor şi al lingvisticii. În 1891, Saussure se întoarce la Geneva şi devine profesor la Universitatea din localitate. Începe prin a preda sanscrită şi studiul limbilor indo-europene şi abia în 1906 pregăteşte cursul de lingvistică generală.

Cea mai importantă operă a lui Ferdinand de Saussure, *Cursul de lingvistică generală*, este în fapt transcrierea de către studenții săi a cursurilor de lingvistică generală ținute între 1907 şi 1911.

Aici Saussure propune patru distincții majore care vor marca dezvoltarea ulterioară a ştiințelor limbii: *limbă/vorbire*, *sincronie/diacronie*, *semnificant/semnificat* şi *formă/substanță*.

Pentru a înțelege dihotomiile saussuriene, trebuie mai întâi de toate să analizăm modul în care autorul înțelege şi defineşte ştiința limbii (lingvistica). Aceasta este profund diferită de celelalte ştiințe prin aceea că obiectul ei de studiu nu este o realitate anume, un ansamblu de lucruri absolut evidente, aşa cum se întâmplă în cazul fizicii, chimiei, biologiei,

astronomiei etc. Ea se situează la polul opus, căci nu operează cu informația oferită de simțuri. Nici o entitate de ordin lingvistic nu este furnizată de simțuri. O succesiune de sunete vocale nu înseamnă nimic, atâta vreme cât nu i se asociază o semnificație, ea poate râne strict în domeniul acusticii sau al fiziologiei. Mai mult decât atât, nu există o unitate lingvistică simplă, întrucât, chiar redusă la cea mai elementară expresie a ei, ea ne obligă să ținem cont de un semn şi de o semnificație. Dacă am ignora această dualitate nu am face decât să-i refuzăm existența lingvistică, lăsând-o, cel mult, să rămână în domeniul faptelor fizice. Aşadar, limbajul are prin excelență o dublă esență, o dimensiune vocală ca tare şi o dimensiune ca semn, cu alte cuvinte un fapt fizic (obiectiv) şi un fapt fizico-mental (subiectiv). Iată, deci, un domeniu interior, psihic, unde există şi semnul şi semnificația, legate indisolubil unul de celălalt şi un domeniu exterior, unde nu mai există decât „semnul" redus la o succesiune de unde sonore, care nu mai poate fi numit semn, rămânând doar o figură vocală.

Înțelegea sistematică a limbii are la bază ideea că studiul ştiințific al acesteia trebuie realizat pe baza *sistemului*, şi nu pornind de la istoria fenomenului lingvistic. De aceea, Saussure distinge între ocurențele particulare ale limbajului, pe care le denumeşte cu ajutorul conceptului de *vorbire* (fr. *parole*) şi obiectul propriu al lingvisticii, sistemul (sau „codul") care guvernează aceste ocurențe sau fapte de limbă şi pe care îl numeşte *limbă* (fr. *langue*). Astfel, studiul sistematic al limbii presupune o abordare *sincronică* a relațiilor dintre diversele elemente ale limbajului mai degrabă decât o abordare *diacronică* (sau istorică) a dezvoltării limbii de-a lungul timpului:

„Separând limba de vorbire, separăm în acelaşi timp: 1° ceea ce este social de ceea ce este individual; 2° ceea ce este esențial de ceea ce este accesoriu şi mai mult sau mai puțin accidental. (...) Limba nu este o funcție a subiectului vorbitor, ea este produsul pe care individul îl înregistrează în mod pasiv; ea nu presupune niciodată premeditare, şi reflecția nu intervine aici decât pentru activitatea de clasificare (...).Vorbirea este, dimpotrivă, un act individual de voință şi de inteligență, în care putem distinge: 1° combinațiile prin care subiectul vorbitor utilizează codul limbii pentru a-şi exprima gândirea personală; 2° mecanismul psihofizic care îi îngăduie să exteriorizeze aceste combinații." (Saussure, 1998 [1916], 40).

Această afirmație va conduce la ceea ce Jakobson va numi în 1929 „structuralism". Structuralismul îşi are fundamentul în ideea că orice set de fenomene examinate de ştiința contemporană este tratat nu ca o aglomerare mecanică, ci ca un tot structurat, în cadrul căruia fiecărui fenomen sau proces îi este atribuită o funcție specifică. Saussure defineşte, aşadar, lingvistica drept un sistem ştiințific, cu o structură bine

definită, opus unei simple înşiruiri „mecanice” de accidente istoric determinate. Cu alte cuvinte, elementele de bază ale limbii nu pot fi studiate decât în relație cu funcțiile lor, mai degrabă decât în relație cu cauzele care le-au produs.

Distincția *sincronie*/*diacronie* porneşte de la convingerea că, în studiul limbilor, se pot distinge pe de-o parte o ştiință *sincronică*, care se ocupă cu studiul limbii într-un anumit moment al dezvoltării sale, şi, pe de altă parte, o ştiință *diacronică* ce are drept obiect de studiu cercetarea evoluției unei limbi de-a lungul istoriei sale, modificările şi influențele suportate în timp. Perioada în care Saussure ține cursul de lingvistică generală este una în care predominantă era studierea istorică a diferitelor limbi particulare. Meritul său este în primul rând de a fi scos în evidență valoarea intrinsecă a studiului pur descriptiv al limbilor în „structura” lor. Diacronia consideră limba un sistem dinamic, permanent supus schimbărilor, pe când sincronia în dimensiunea lor „statică”, mai precis ceea ce numim astăzi o lingvistică structurală, ca tip particular de lingvistică descriptivă. Acest aspect sincronic al unei limbi este un construct ştiințific, o abstractizare necesară pentru a putea studia modul în care limba funcționează şi trăsăturile sale (constante într-o anumită perioadă de timp).

A treia distincție majoră propusă de lingvistul elvețian se referă la semnul lingvistic şi este cea mai importantă pentru ceea ce va deveni ulterior ştiința semioticii. Pornind de la concepția că „limba este un sistem de semne ce exprimă idei şi, prin aceasta, ea este comparabilă cu scrisul, cu alfabetul surdomuților, cu riturile simbolice, cu formele de politețe, cu semnalele militare etc. etc; numai că ea este cel mai important dintre aceste sisteme”, Saussure ajunge la concluzia că „se poate deci concepe *o ştiință care studiază viața semnelor în viața socială*; ea ar forma o parte a psihologiei sociale şi, prin urmare, a psihologiei generale; o vom numi *semiologie* (din gr. *sēmeîon* „semn”).” (*ibidem*, 41) Aşadar, semiologia ar fi, în concepția saussuriană, ştiința generală a semnelor sau a tuturor limbajelor simbolice, din care lingvistica nu constituie decât o parte. În sens strict, lingvistica se ocupă numai de studierea acelui limbaj în care semnele sunt cuvinte alcătuite din sunete, adică aparțin limbajului articulat.

Aşadar, semiologia este ştiința care se ocupă cu studiul semnelor, iar poate cel mai important dintre acestea este semnul lingvistic. Semnul lingvistic este conceput ca o entitate psihică cu două fețe, respectiv *conceptul* şi *imaginea acustică*. Semnul este, prin urmare, combinația dintre cele două elemente. În limbaj uzual, acest termen desemnează în general numai imaginea acustică, de exemplu un cuvânt (exemplul propus de Saussure este cuvântul latin *arbor*). „Se uită că, dacă *arbor* este numit *semn*, o facem pentru că poartă conceptul de „arbore”, astfel încât

referirea la partea senzorială implică totalul. Ambiguitatea ar dispărea dacă am numi cele trei noțiuni prin cuvinte care să se amintească unele pe altele, opunându-se în acelaşi timp. Propunem să se păstreze cuvântul *semn* pentru a desemna totalul, şi să se înlocuiască *conceptul* şi *imaginea acustică* prin *semnificat* şi, respectiv, *semnificant*; aceşti ultimi doi termeni au avantajul de a marca opoziția care îi separă, fie între ei, fie de totalul din care fac parte. Cât priveşte termenul de *semn,* ne mulțumim cu el pentru că nu ştim cu ce să-l înlocuim, limba uzuală nesugerând nici un altul." (*ibidem*, 86) Soluția terminologică şi conceptuală asupra semnului lingvistic găsită de autorul elvețian va fi păstrată în toată semiotica europeană de mai târziu.

Un aspect important comun semnificatul şi semnificantului este acela că cele două diferă de la o limbă la alta. Semnificantul (forma fizică a cuvântului) este evident că este diferit într-o limbă sau alta. Într-un anume fel vom denumi copacul în limba română, engleză, finlandeză etc. Dar nu numai „imaginea acustică" este distinctă, ci şi „conceptul mental", semnificatul. De multe ori acesta este determinat cultural. Altceva va înțelege prin „democrație" un american, un copil chinez sau un african. Mai mult decât atât, se ştie, de pildă, că eschimoşi folosesc mai multe cuvinte pentru „zăpadă", pentru a desemna diferitele stări ale acesteia. Realitatea geografico-socială i-a „obligat" să-şi construiască această pluralitate semantică de care un european nu ar avea nevoie.

Dihotomia *formă/substanță* este stabilită pornind de la comparația limbii cu o foaie de hârtie: „gândirea este fața, iar sunetul este dosul foii; nu putem decupa fața foii fără să decupăm, în acelaşi timp, şi dosul ei; acelaşi lucru se întâmplă şi în limbă: nu se poate izola nici sunetul de gândire şi nici gândirea de sunet; nu am ajunge aici decât printr-o abstractizare, al cărei rezultat ar fi să facem psihologie pură sau fonologie pură. Lingvistica lucrează pe terenul limitrof unde elementele celor două ordine se combină; această combinare produce o formă şi nu o substanță." (*ibidem*, 127). Această ultimă distincție va fi preluată şi nuanțată ulterior de lingvistul danez Louis Hjelmslev.

Reproşul de substanță adus lui Saussure este acela că a ignorat relația dintre semn şi realitate, cu alte cuvinte procesul referinței prin care se asociază unui semnificat un obiect din realitate (realitate în sens larg; ea poate fi reală, ireală, virtuală).

Moştenirea lăsată de Ferdinand de Saussure depăşeşte cu mult granițele lingvisticii, făcându-şi văzute efecte în numeroase domenii ale ştiințelor umaniste şi sociale (studii literare, semiotică, istorie, antropologie, psihanaliză etc.).

De numele lingvistul danez **Louis Hjelmslev** (1899-1965) se leagă o întreagă filiație structuralistă lingvistică şi semiotică şi în mod special Cercul Lingvistic de la Copenhaga pe care l-a şi înființat în 1931.

Glosematica este numele dat de Hjelmslev şcolii structuraliste de la Copenhaga, a cărei concepţie este sintetizată în *Preliminariile la o teorie a limbii*, apărută în daneză în 1943 şi tradusă în engleză în 1953 şi în franceză în 1963 şi 1968 (lucrarea a fost tradusă şi în limba română în 1967). Glosematica este o teorie a semnului lingvistic privit exclusiv ca formă.

Demersul structuralist al autorului danez se traduce prin ambiţia de a aplica limbii şi disciplinelor umaniste în general rigoarea ştiinţifică a ştiinţelor exacte. Prin urmare, teoria limbii îşi va propune să aplice unui anumit obiect teza potrivit căreia orice proces are la bază un sistem şi orice fluctuaţie o constantă. Astfel, fiecare text, fiecare actualizare, este un proces care corespunde unui sistem pe baza căruia poate fi analizat: „A priori pare general valabilă teza potrivit căreia pentru orice *proces* trebuie să admitem existenţa unui *sistem* corespunzător, care ne poate îngădui să analizăm şi să descriem procesul respectiv, pornind de la un număr limitat de premise. Trebuie să admitem că orice proces poate fi descompus într-un număr limitat de elemente, care se repetă mereu sub formă de combinaţii variate. O analiză atentă ne poate îngădui să împărţim aceste elemente în diverse clase, luând drept criteriu posibilităţile lor de combinare.” (Hjelmslev, 1967 [1953], 13-14)

Glosematica face distincţia între unităţile lingvistice de la nivelul expresiei, pe de o parte, şi unităţile lingvistice de la nivelul conţinutului, pe de alta. Unitatea celor două este numită generic *glosemă* (de unde şi numele teoriei). Glosemele expresiei sunt denumite *seneme* (*cenemes*, en., *cénèmes*, fr.) (ceea ce în teoriile lingvistice poartă numele de *foneme*), iar glosemele conţinutului sunt *plereme* (*pleremes*, en., *plérème*, fr.) (corespondentele *semelor* ca unităţi minimale de semnificaţie). Aşadar, există practic două tipuri de unităţi minimale ale limbii: în planul expresiei şi în planul conţinutului.

Având ca punct de reper distincţia saussuriană *formă/substanţă*, Hjelmslev stabileşte că există două categorii de substanţe: la nivelul semnificatului substanţa realităţii extralingvistice, iar la nivelul semnificantului substanţa masei sonore. De asemenea, limba structurează substanţa într-o formă: la nivelul semnificatului, organizează semnificaţiile şi valorile, iar la nivelul semnificantului asigură sistemul sonor necesar în acea limbă. Aşadar, se vor distinge patru niveluri: substanţa conţinutului (realitatea nestructurată prin limbaj), forma conţinutului (suprapusă aproximativ semnificatului saussurian), forma expresiei (suprapusă semnificantului saussurian) şi substanţa expresiei (masa sonoră amorfă).

Pornind de la aceste premise, semnul lingvistic va reprezenta forma conţinutului şi forma expresiei: „Cel mai indicat mi se pare, totuşi, să folosim cuvântul *semn* ca denumire a unităţii pe care o alcătuiesc forma

conţinutului şi forma expresiei legate între ele prin acel raport de solidaritate pe care l-am numit *funcţie-semn*." (*ibidem*, 115)

Textele posterioare *Prolegomenelor...* permit stabilirea cu claritate a raporturilor între glosematică şi teoriile lingvistice anterioare. În *Lingvistica structurală* (1948) şi în *Analiza structurală a limbajului* (1948), teoria saussuriană este revăzută, glosematica prezentându-se ca fiind o sistematizare a acesteia. Totuşi, este suficient să citim *Limbă şi vorbire* (1943) pentru a vedea că această opoziţie fundamentală nu este reluată ca atare, ci înlocuită cu patru concepte care nuanţează distincţiile iniţiale: schemă, normă, uzaj, act.

În ceea ce priveşte *limba*, Hjelmslev distinge între *schemă* (limba ca substanţă pură, independentă de realizarea sa socială şi de manifestarea ei materială), *normă* (limba ca formă materială, definită printr-o realizare socială dată, dar independentă de detaliul manifestării) şi *uzaj* (limba ca ansamblu de obişnuinţe adoptate într-o societate dată şi definite prin manifestările observate). (Hjelmslev, 1971 [1959], p. 81) Este destul de uşor de remarcat că sensul cel mai apropiat de accepţiunea saussuriană (însă nesuprapunându-se perfect) este cel de schemă, însă nuanţările ulterioare ajută la înţelegerea trecerii de la limbă la vorbire, care, în viziunea glosematică, este *act*. Este adevărat, admite lingvistul danez, limba, aşa cum este ea definită în *Cursul de lingvistică generală*, este apropiată în cea mai mare măsură de *schemă*, întrucât aceasta este singura care dezbracă limba de orice caracter material (fonic, de pildă) şi care serveşte la a separa ceea ce este esenţial de ceea ce este accesoriu. Pe de altă parte, ideea de schemă, deşi clar predominantă în opera saussuriană, nu este singurul factor constitutiv al limbii. „Imaginea acustică" de care vorbeşte Saussure nu este decât traducerea fizică a unui fapt material: ea ataşează deci limba unei materii date şi o asimilează *normei*. Mai mult decât atât, se spune că limba este ansamblul obişnuinţelor lingvistice, aşadar limba nu ar fi altceva decât *uzaj*. Definiţia limbii nu rezidă, prin urmare, în nici una dintre cele trei accepţiuni propuse de Hjelmslev, iar singura definiţie universală acceptabilă în contextul operei saussuriene este „un sistem de semne". (*ibidem*, p. 84) Astfel, limba devine, într-o altă definiţie, un sistem de figuri „care pot servi drept semne", glosemele fiind într-adevăr unităţi mai mici decât semnele.

Însuşi conceptul de semn nu mai are aceeaşi valoare teoretică: glosematica nu studiază cele două feţe ale semnului, ci cele două planuri ale limbii. Arbitrariul semnului lingvistic este revăzut la rândul său: el constă pe de o parte în relaţia între forma conţinutului şi forma expresiei şi, pe de altă parte, în relaţia între formă şi substanţă în interiorul fiecăruia dintre cele două planuri.

Influenţa lui Hjelmslev asupra dezvoltării ulterioare a structuralismului în lingvistică şi semiotică este impresionantă. De aceea,

lingvistul danez este considerat de unii cercetători drept părintele semioticii, alături de Ferdinand de Saussure. Vom vedea în paginile următoare înrâurirea pe care lingvistul danez a avut-o asupra dezvoltării ulterioare a lingvisticii şi semioticii.

3. Cercul Lingvistic Bahtin

Mihail Mihailovici Bahtin (1895-1975) a fost unul dintre cei mai originali şi cei mai neînţeleşi gânditori ruşi al secolului al XX-lea. Viaţa lui destul de zbuciumată (inclusiv exilul în Kazahstan pe o perioadă de 6 ani) este marcată din punctul de vedere al gândirii critice de două perioade importante: începutul anilor ’20 (de care se leagă colaborarea cu Valentin Voloshinov şi Pavel Medvedev) şi perioada cuprinsă între anii ’50 şi sfârşitul vieţii sale (când au apărut cele mai importante dintre scrierile sale, inclusiv studiul despre Dostoievski publicat deja în 1929 şi revizuit acum).

Cercul „lingvistic” Bahtin (nume relativ nejustificat) era de fapt un cerc de intelectuali regrupaţi în jurul lui Bahtin la începutul anilor ’20, din care făceau parte artişti precum Marc Chagall, muzicologul Sollertinski (prieten apropiat al lui Şostakovici), Voloshinov (profesor la conservatorul de muzică din Vitebsk), Medvedev (angajat într-o editură). Acest cerc este un creuzet de idei novatoare într-o epocă forte importantă, mai ales în ceea ce priveşte arta şi ştiinţele umane. Deşi contemporan cu mişcările futuriste şi cu formalismul, cercul Bahtin se demarcă net de acestea. (Yaguello, 1977, 9).

O interesantă controversă legată de numele lui Bahtin este legată de aşa numitele texte „disputate”. În 1970, semioticianul sovietic Viaceslav Ivanov declara că principalele opere scrise de Voloshinov şi Medvedev îi aparţin de fapt lui Bahtin. Operele în cauză includeau câteva articole şi trei cărţi, *Freudianism: A Critical Sketch* şi *Marxism and the Philosophy of Language* ale lui Voloshinov şi *The Formal Method in Literary Scholarship* semnată de Mendvedev. Ivanov nu a găsit niciodată suficiente argumente care să-i susţină acuza, iar Bahtin nu a acceptat niciodată să-şi asume paternitatea scrierilor respective. Cu toate acestea, controversele privind lucrările menţionate rămân încă nerezolvate.[5]

Deşi scrise la începutul secolului (1926 şi respectiv 1929), cele două opere ale lui Voloshinov au trecut aproape neobservate timp de trei

[5] Un exemplu edificator în acest sens este apariţia, în 1977, a traducerii franceze a cărţii *Marxismul şi filosofia limbajului* (*Le marxisme et la philosophie du langage*, Minuit, Paris) sub numele lui Mihail Bahtin, numele presupusului autor, V. N. Voloshinov, fiind trecut între paranteze. În introducerea lucrării, Marina Yaguello afirmă ca indiscutabilă paternitatea lucrării, explicând chiar opţiunea lui Bahtin prin două argumente de bază: refuzul modificărilor propuse de editor şi modestia ştiinţifică a lui Bahtin (dublată de un „gust” al măştii şi al dedublării).

decenii, cu excepția prezentării entuziaste făcute de Jakobson celei de a doua în cadrul Cercului Lingvistic de la Praga în anii ’30. Scrierile au fost redescoperite o dată cu renaşterea semioticii sovietice când *Marxism and the Philosophy of Language* a şi fost tradusă în engleză (1973), cam în aceiaşi perioadă în care au avut loc controversele legate de paternitatea acesteia. (Cobley, 1996, 23)

Concepția originală a lui Voloshinov (apropiată din acest punct de vedere de viziunea lui Bahtin) este în fapt o teorie „dialogică” a cuvântului, accentuând dimensiunea socială în filosofia limbajului: „Cuvântul este o punte între mine şi celălalt... Un cuvânt este un teritoriu împărtăşit de un adresant şi un destinatar, între locutor şi interlocutorul său” (Voloshinov în Cobley, 1996, 74). În capitolul legat de interacțiunile verbale, Voloshinov pune în discuție elementele unui proces comunicațional, apropiindu-se în acelaşi timp de dimensiunea pragmatică a limbajului care se va dezvolta mai târziu cu precădere pe tărâm american şi francez. Intuiția fundamentală a lui Voloshinov (Bahtin) rezidă în dimensiunea socială a limbii şi este sintetizată în câteva puncte esențiale:

1. Limba ca sistem stabil de forme a căror identitate rezidă într-o formă nu este decât *o abstractizare savantă* care nu poate servi decât unor *scopuri teoretice şi practice particulare*. Această abstractizare nu explică într-o manieră adecvată *realitatea concretă* a limbii.

2. Limba constituie *un proces de evoluție neîntrerupt*, care se realizează prin *interacțiunea verbală socială a locutorilor*.

3. Legile evoluției lingvistice nu sunt nici pe departe legi *individualo-psihologice*, ele neputând fi separate de activitatea subiecților vorbitori. Legile evoluției lingvistice sunt în esență *legi sociologice*.

4. *Creativitatea limbii* nu coincide cu creativitatea artistică sau orice altă formă de creativitate ideologică specifică. Dar, în acelaşi timp, creativitate limbii nu poate fi înțeleasă *independent de conținuturile şi valorile ideologice de care este legată*. Evoluția limbii, ca orice evoluție istorică, poate fi înțeleasă ca o necesitate oarbă de tip mecanist, dar poate deveni în acelaşi timp şi „o necesitate cu funcționare liberă”, o dată devenită o necesitate conştientă şi dorită.

5. *Structura enunțării este o structură pur socială*. Enunțarea ca atare nu devine efectivă decât între locutori. Faptul de vorbire individual (în sensul strict al termenului individual) este o *contradictio in adjecto*. (Bahtin, 1977, 141)

Concepția filosofico-semiotică a lui Bahtin se construieşte pornind de la două concepte de bază. Primul termen pe care îl propune este „prozaism” (sau „prozaic” *engl. prosaics*) şi presupune în acelaşi timp o viziune asupra lumii şi o abordare literară. Din prima perspectivă, prozaismul sugerează că evenimentele cele mai importante în viață nu

sunt cele „mari", catastrofice, dramatice, ci evenimentele aparent nesemnificative, prozaice ale vieții cotidiene. Aşa cum este dezvoltat în „Discourse in the Novel" (în *Dialogic Imagination*), prozaicul (ca opus poeticului) este o formă de abordare a structurilor narative în proză, în special romane. De vreme ce ethosul romanelor constă într-o viziune prozaică a lumii, cele două sensuri ale termenului sunt strâns legate între ele.

Al doilea concept global este „dialogicul" (sau dialogismul). Principiul dialogic apare ca apanaj al enunțului, destinat să joace un rol din ce în ce mai important: orice enunț se raportează şi la enunțurile anterioare, dând astfel naştere unor ierarhii intertextuale (sau dialogice) (Todorov, 1981, 77). Termenul de dialogism sau dialogic în sens larg include şi monologul, care posedă şi el o dimensiune intertextuală. Bahtin privilegiază, aşadar, cuvântul în ipostază socială, cuvântul înlocuind (în concepția sa despre comunicare) mesajul.

Trebuie să remarcăm, în acest context, preocupările pentru dimensiunea conversațională a limbajului care vor fi ulterior dezvoltate în pragmatică şi filosofia limbajului.

4. Şcoala de la Tartu-Moscova

Semiotica rusă s-a concretizat din punct de vedere formal în constituirea, în anii '60 a Şcolii de la Tartu-Moscova (Şcoala de la Tartu-Moscova este prima şcoală propriu-zisă de semiotică în spațiul rusesc. Trebuie să menționăm însă că bazele pentru o asemenea şcoală fuseseră puse cu câteva decenii în urmă de gânditorii formalişti.[6] Poate cea mai

[6] 1. Şcoala formalistă privilegiază „forma" textului literar în detrimentul conținutului, accentuând în acelaşi timp natura autonomă a literaturii şi ignorând prin urmare mediul cultural, social sau politic care a generat-o.

Curentul formalist rus s-a dezvoltat în paralel în două grupări formate aproximativ în acelaşi timp: Cercul Lingvistic de la Moscova şi Opoiaz (literele reprezintă Societatea pentru Studiul Limbii Poetice) din Petersburg. De Cercul Lingvistic de la Moscova se leagă numele lingvistului Roman Jakobson, fondatorul acestuia (în anul 1915), căruia i s-au alăturat Grigori Vinokur şi Petr Bogatyrev. Gruparea Opoiaz a apărut la un an după Cercul Lingvistic de la Moscova şi este cunoscută pentru contribuțiile unor nume precum Victor Şklovski, Iuri Tînianov, Boris Eihenbaum, Boris Tomasevski şi Victor Vinogradov.

Termenul de „formalism" a avut inițial o conotație peiorativă, subliniind o tendință de a sacrifica conținutul în favoarea formei, spiritul în favoarea literei textului, tendință înțeleasă superficial şi caricatural. Termenul însă se va impune treptat ca desemnând un întreg curent de gândire şi o şcoală de critică literară şi semiotică.

Faza de început a formalismului a fost marcată de contribuțiile lui **Victor Şklovski** (1893-1984) care urmărea definirea tehnicilor pe care scriitorii le folosesc în scopul de a produce efecte speciale.

Şklovski este considerat fondatorul formalismului rus (alături de Roman Jakobson) şi mentorul grupării Opoiaz. Formalismul grupării Opoiaz marchează în primul rând întâlnirea între poezia de avangardă (poezia rusă, deja emancipată de simbolism, îşi găsea expresia în noile curente de avangardă, în special futurismul) şi lingvistică. Această alăturare nu se produce întâmplător, ci

importantă şcoală de semiotică rusă a secolului al XX-lea, Şcoala de la Tartu-Moscova reuneşte nume importante din domenii variate, lingvistică (Valerii Ivanov, Isaak Revzin, Vladimir Toporov), folclor (Eleazar Meletinskij, Dmitri Segal), orientalistică (Aleksandr Piatigorskij, Boris Ogibenin) şi literatură (Iuri Levin, Iuri Lotman, Boris Uspenski), care au dezvoltat în cooperare un set de teorii orientate semiotic în diferite arii de cercetare: literatură, text, mitologie şi folclor, cinematografie, teatru şi sisteme culturale în general. În istoria şcolii (generaţia fondatorilor şi o a doua generaţie de cercetători) pot fi delimitate patru etape distincte: primii ani, 1958-1964, care sunt marcaţi de introducerea modelelor matematice, cibernetice şi lingvistice în studiile culturale, 1964-1970 cu dezvoltarea intensivă a modelelor semiotice pentru sistemele culturale particulare, 1970-1973 în care s-au conturat modelele globale ale culturii şi ale universaliilor culturii (*culture universals*) şi anii începând din 1973 care au reprezentat o rafinare a detaliilor teoriei culturale şi aplicarea acestora la istoria şi tipologia literaturii şi culturii ruse. (Margolin, http://www.press.jhu.edu/books/hopkins_guide_to_literary_theory/moscow-tartu_school.html., accesat 10.10.2005)

---

aproximativ în acelaşi timp cu constituirea, la Moscova, a unui cerc de tineri lingvişti amatori de poezie, animaţi de pe atunci de studentul Roman Jakobson, care încerca lărgirea studiului limbii la variantele dialectale, folclor şi poezie. (Aucouturier, 1994, 6)

Conceptul impus de Şklovski este cel de „defamiliarizare" (producerea efectului de neobişnuit, nefamiliar). Arta ia ceea ce este familiar şi „îl face ciudat", încetinind astfel actul percepţiei şi făcându-l pe cititor să vadă lumea într-un mod nou şi surprinzător. „Tehnica artei este aceea de a face obiectele 'nefamiliare', de a face formele dificile, de a mări dificultatea si durata percepţiei, deoarece procesul percepţiei este un final estetic în sine si trebuie prelungit. Arta este un mod de a experimenta ceea ce este artă (engl. *artfulness*) într-un obiect; obiectul nu este important." (Şklovski, 1988, 21). Noţiunea de „defamiliarizare" dezvoltată de Şklovski în mai multe articole este cheia de boltă a concepţiei formaliste asupra artei. Ca majoritatea postulatelor formalismului, acest concept şi întreaga teorie pe care o dezvoltă se ridică împotriva criticii ruse tradiţionaliste. Pentru aceasta, literatura se transformă prin evoluţia „conţinutului" său de imagini, sentimente şi idei, acestea reflectând evoluţia generală a societăţii. Formele expresiei literare nu fac decât să urmeze această evoluţie. Este exact ceea ce contestă Victor Şklovski. În concepţia sa, o formă nouă nu apare pentru a exprima un conţinut nou, ci pentru a înlocui o formă veche care şi-a pierdut deja caracterul artistic.

Un alt concept cheie introdus de şcoala formalistă rusă este acela de „literaritate", cu alte cuvinte ceea ce face dintr-un text o operă literară. Pentru formalişti, ţinta literaturii nu este literatura în sine, ci literaritatea. Ei iau poziţie împotriva ideii că cel care primează este conţinutul şi nu forma, care este văzută în principal ca un recipient. O distincţie importantă propusă de formalişti este aceea între *syuznet* şi *fabula* (traduse impropriu drept „discurs" şi „acţiune" (engl. *discourse vs story*), altfel spus distincţia între firul epic (*fabula*) şi numărul practic infinit de moduri în care acţiunea poate fi povestită (*syuznet*).

Până în anul 1925 formalismul era metoda dominantă în domeniul literaturii. Criticile sofisticate la adresa formalismului, venite din partea lui Trotsky în *Literatură şi Revoluţie* (1924), au condus la o fază defensivă care a culminat cu tezele lui Jakobson / Tînianov (1928). Către sfârşitul perioadei formaliste, accentuarea naturii sincronice a mecanismelor poetice a fost moderată de conştientizarea faptului că atât literatura cât şi limba ar trebui considerate deopotrivă şi în context diacronic. Au existat critici care au atacat formalismul din cauza refuzului de a lua în calcul dimensiunile socială şi ideologică în literatură. Înainte ca dezaprobarea oficială să încheie mişcarea în 1930, nevoia de a ţine seama de dimensiunea sociologică a avut drept rezultat o activitate prolifică, mărturie fiind scrierile aparţinând „Şcolii Bahtin" care au combinat tradiţiile formaliste si marxiste în moduri extrem de ingenioase care au anticipat evoluţiile ulterioare.

Figura centrală a Şcolii de la Tartu-Moscova este fără îndoiala **Iuri Lotman** (1922–1993)[7]. Născut în Leningrad (Petersburg), Lotman a studiat filologia la Universitatea de Stat din oraşul natal. La sfârşitul anilor '40, presa sovietică a lansat o campanie împotriva „cosmopolitismului", având un caracter vădit antisemit. Lotman, evreu la origine, se vede în incapacitatea de a-şi găsi un loc de muncă, astfel că, în 1950, se mută în Estonia, devine profesor la Universitatea din Tartu, unde pune bazele propriei şcoli de semiotică. Şcoala de la Tartu-Moscova este recunoscută pentru revista sa *Sign System Studies*, apărută pentru prima dată în 1964 şi considerată a fi printre cele mai longevive publicaţii de semiotică internaţionale. Deşi apare la Tartu, revista este asociată şi cu Institutul de Studii Slave din Moscova.

Remarcându-se drept primul structuralist sovietic prin cartea sa, *On the Delimitation of Linguistic and Philological Concepts of Structure* (1963), Lotman işi publică articolul *Lectures on Structural Poetics* în primul număr al revistei *Sign Systems Studies* şi işi continuă analizele în *The Structure of Artistic Text* (1970) şi *An Analysis of the Poetic Text* (1972), înainte de a opta pentru studiul filmului (1973) şi în cele din urmă, în 1992, considerând cultura drept un fapt specific, în *Culture and Explosion*. În total, Lotman a scris mai mult de 550 de texte.

Unul dintre domeniile în care şcoala semiotică rusă şi în special Iuri Lotman au avut o contribuţie importantă este semiotica culturii. În viziunea lui Lotman, cultura este „un sistem de semne, organizat într-un mod determinat. Tocmai elementul de organizare, care ne apare sub forma unei sume de reguli şi restricţii aplicate sistemului, joacă rolul de indiciu definitoriu al culturii" (Lotman, 1974 [1970], 19). În acelaşi timp, cultura oricărei colectivităţi reprezintă o sumă de limbajuri, un mănunchi de sisteme semiotice care pot fi contopite într-o ierarhie unică (supralimbaj).

Orice eveniment din viaţa reală poate fi apreciat ca un simplu fapt al vieţii materiale (un non-semn) sau i se poate asocia un sens social (de semn). Prin urmare, realitatea poate fi divizată într-o lume a faptelor şi o lume a semnelor între care se stabilesc diferite relaţii. Diferitele

[7] În 1968, Julia Kristeva publica în *Tel quel* (nr. 35) prima traducere franceză din semioticienii Şcolii de la Tartu. „Împreună am pus bazele Asociaţiei Internaţionale de Semiotică (*International Semiotics Association*); deşi Lotman nu a putut părăsi Uniunea Sovietică pentru a ajunge la congresul de la Varşovia care stabilea fundamentele Asociaţiei, a devenit vice-preşedintele acesteia în 1968." (Kristeva, 1994, 375)
„Umanistul vizionar care a inventat noţiunea de ceea ce numim astăzi «semiosferă»" (Sebeok, 1998, 39), Lotman vede literatura şi critica literară ca sisteme dinamice, în spiritul relativismului istoric al teoriilor generale despre sistemele culturale propus de Şcoala de la Tartu-Moscova. Sistemul literar este definit în termeni de funcţie estetică şi de forme textuale. În fiecare perioadă, diferitele tipuri de texte sunt asociate în mod canonic cu o funcţie estetică, astfel încât acestea îşi pot pierde în timp statutul de literatură şi viceversa. Graniţa dintre literatură şi nonliteratură este deci mobilă din punct de vedere istoric.

combinații de fapte şi semne vor duce, în concepția lui Lotman, la construirea unei tipologii culturale. Aşadar, vor exista patru tipuri fundamentale de coduri culturale.

1. Tipul semantic

Acest tip de cod cultural este construit pe semantizarea întregii realități din jurul omului. El mai poartă denumirea de „medieval", întrucât Lotman consideră că forma lui cea mai pură este prezentă în cultura rusă a Evului Mediu timpuriu (*ibidem*, 29). Societatea medievală era o societate cu un înalt indice de semiotizare, cu alte cuvinte concepția ei asupra lumii se întemeia pe separarea esenței reale a fenomenelor de esența lor ca semne. În acest context, semnul putea fi bun şi rău, eroic şi criminal, dar avea un indiciu obligatoriu, existența socială. Non-semnul pur şi simplu nu exista.

2. Tipul sintactic

Asociat istoric cu epoca lui Petru I, acest tip de cod cultural este caracterizat de „practicism". Oamenii care trăiesc în interiorul acestui cod cultural îşi propun obiective reale, accesibile şi nu vor sacrifica niciodată interesele practice de dragul unor semnificații simbolice. Practicismul duce la o înaltă apreciere a cunoştințelor „folositoare", dar în acelaşi timp şi la o atitudine ironică şi disprețuitoare față de gândirea pur teoretică (*ibidem*, 39). Această tendință de desemiotizare a valorilor culturii nu a însemnat însă renunțarea la toate tipurile de semne. Însă principiul importanței s-a modificat simțitor. Acest tip de cultură poziționează importanța unui om sau a unui fenomen prin includerea lui într-o serie bine definită. Apartenența la un întreg oarecare devine un indiciu al importanței culturale. Caracteristică pentru acest tip de cod cultural este tendința de a identifica întregul cu un organism, întrucât într-un organism părțile capătă o importanță doar în suma lor, în raportul lor cu întregul.

3. Tipul asemantic şi asintactic

Asociat perioadei iluministe, tipul asemantic şi asintactic este conceput ca un cod cultural care apare în momentele de criză istorică, atunci când apare un sistem de cultură având drept bază organizatoare tendința către desemiotizare. Lotman îl asociază Iluminismului. „Punând la temelia întregii organizări a culturii opoziția „natural" – „nenatural", ideile Iluminismului manifestă o atitudine pronunțat negativă față de însuşi principiul semnului. Lumea lucrurilor este reală, în timp ce lumea semnelor, a relațiilor sociale, este produsul unei pseudocivilizații. Există numai ceea ni se înfățişează prin sine însuşi; tot ceea ce „reprezintă" altceva este o ficțiune." (*ibidem*, 44)

O caracteristică importantă a structurii codului epocii Luminilor rezultă din faptul că naturalul era opus socialului (considerate drept existent şi respectiv iluzoriu): apare noțiunea de normă şi de încălcare a ei în numeroase concretizări întâmplătoare.

4. Tipul semantico-sintactic

Identificat în cultura rusă cu perioada dintre sfârşitul deceniului al treilea şi deceniul al cincilea ale secolului al XIX-lea, acest tip de cod cultural reprezintă proiecţia avântului către crearea unui model al lumii care să o reprezinte unitară şi semantizată.

„Reprezentarea lumii sub forma unei succesiuni de fapte reale constituind expresia unei mişcări de profunzime a spiritului a conferit tuturor evenimentelor o dublă semnificaţie: semantică – raportul dintre manifestările fizice ale vieţii şi tâlcul lor ascuns – şi sintactică – raportul dintre ele şi ansamblul istoric. Această tendinţă spre semantizare a reprezentat trăsătura fundamentală a culturii." (*ibidem*, 50-51)

Pornind de la cele patru tipuri de coduri culturale fundamentale, Lotman remarcă fenomenul „creolizării", al apariţiei unor modele mai complexe ale lumii, creând noi coduri culturale (combinate).

Semiotica culturii marchează nu numai o lărgire a domeniilor de cercetare, de la lingvistică şi studiile de literatură la investigarea celorlalte ramuri ale comunicării culturale, ci şi încercarea de a ajunge la o viziune ştiinţifică proprie asupra culturii, de a elabora metode proprii pentru cercetarea faptelor şi fenomenelor de cultură.

Multe dintre primele studii ale lui Lotman în domeniul semioticii structurale au la bază noţiunea saussuriană de semn, cu accent pe interacţiunile dinamice care conturează sistemele de semne culturale. Lotman respinge ideea saussuriană a arbitrariului conexiunii dintre semnificat şi semnificant, afirmând că semnul este un model al conţinutului său. În *Semiotics of Cinema* (1973), Lotman propune două tipuri independente de semne, care corespund în mare măsură artelor vizuale şi literaturii: semnul pictural (sau iconic) şi semnul convenţional (un exemplu fiind cuvântul).

În ultima sa lucrare majoră de semiotică a culturii, *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture* (1990), Lotman introduce termenul de „semiosferă", pe care îl defineşte drept spaţiul semiotic necesar existenţei şi funcţionării limbilor. El porneşte de la analogia cu termenul „biosferă" prin se înţelege totalitatea organică a materiei vii şi în acelaşi timp o condiţie pentru perpetuarea vieţii. Modelul spaţial al lui Lotman se referă într-un mod similar la realitate şi este legat de specificitatea spaţiului real. În afara semiosferei, spaţiul culturii, nu există nici comunicare, nici limbă. Semiosfera este întreg spaţiul semiotic al unei culturi, eterogen, în continuă schimbare, dar unitar în acelaşi timp.

Şcoala de la Tartu-Moscova defineşte cultura drept un mecanism semiotic colectiv de producere, circulaţie, procesare şi stocare a informaţiei. Este în acelaşi timp o memorie colectivă şi un program de generare a unor mesaje noi. Cultura cuprinde totalitatea informaţiilor nonereditare şi modalităţile acestora de organizare şi păstrare. Ea este de

fapt un sistem de sisteme aflate în relații de interdependențe complexe. Semiotica generală a culturii studiază mecanismele unității unei culturi, relațiile dintre diversele sisteme semiotice din interiorul ei şi contribuția fiecăruia la întreg.

Un „obiect" cultural poate apărea în orice medium semiotic: pictură, film mut, balet sau enunț verbal. El este o unitate care posedă coeziune, un macrosemn cu o semnificație globală, caracterizat prin fixitate, în sensul că există ca atare prin intermediul folosirii semnelor.

5. Cercul Lingvistic de la Praga

Structuralismul şi semiotica contemporană se constituie în mare parte plecând de la respingerea anumitor conceptualizări formaliste: cele două proiecte par a fi diferite. De aceea se poate spune că abordarea formalistă continuă să se facă simțită în Europa şi mai târziu în America (Noua Critică). Succesorul imediat al formalismului rus este Cercul Lingvistic de la Praga (sau Şcoala de la Praga).

Cercul Lingvistic de la Praga (CLP) a fost constituit în 1926, la inițiativa lui Vilém Mathesius, director al seminarului englez de la Universitatea Charles, şi a colegilor săi, Roman Jakobson, Bohuslav Havránek, Bohumil Trnka şi Jan Rypka. Mathesisus este cel care dă grupării o formă organizată şi o orientare teoretică clară. (Alte figuri proeminente ale CLP au fost Jan Mukařovský, Nikolai Trubetzkoi, Sergej Karcevskij, Petr Bogatyrjov, and Dmitrij Cyzevskyj). Continuitatea cu formalismul rus poate fi stabilită urmărind modul în care a luat naştere CLP. În 1920, Mathesius îl întâlneşte pe Roman Jakobson şi vine în contact cu o altă tradiție. La scurt timp, alți lingvişti ruşi sosesc la Praga: Bogatyrjov, Kartsevsky şi Nikolai Trubetzkoi. Se stabilesc de asemenea contacte cu lingviştii germani H. Becker and F. Slotty. Sergei Karcevskiy, care fusese profesor de rusă la Universitatea de la Geneva, face cunoscută la Praga opera lui Ferdinand de Saussure.

În octombrie 1929, primul Congres Internațional al Slaviştilor a avut un impact puternic asupra CLP. Cercul practic datorează acestui congres publicarea primului volum din *Travaux du Cercle Linguistique de Prague*, care conține principalele teze elaborate de Roman Jakobson, Nikolai Trubetzkoi, Sergei Karcevskiy, Vilém Mathesius şi Jan Mukařovský. Abordarea teoretică generală a Cercului Lingvistic de la Praga poate fi descrisă ca o combinație între structuralism (contextul, nu numai fiecare componentă sau unitate, este important) şi funcționalism (fiecare unitate sau componentă a limbajului – fonem, morfem, cuvânt, frază – există numai pentru că îndeplineşte o anumită funcție).

În anii ’30, CLP devine o adevărată forță în cultura cehă. În 1939, atunci când universitățile cehe au fost închise de ocupația nazistă, întâlnirile Cercului au continuat în locații private. Activitățile publice au fost reluate în 1945. Câțiva dintre lideri dispăruseră, fie muriseră (Trubetzkoi, Mathesius), fie plecaseră în exil (Jakobson, Wellek). Însă scurta perioadă democratică în Cehoslovacia de după Al Doilea Război Mondial (din mai 1945 până în februarie 1948) a fost una prolifică pentru Şcoala de la Praga. Ultimele activități ale Cercului au avut loc în decembrie 1948. După mai bine de cincizeci de ani, CLP şi-a reluat activitatea în februarie 1990.

În 1946, Jan Mukařovský a prezentat o cercetare despre şcoala structuralistă pragheză la Institutul de Studii Slave din Paris, însă aceasta nu a fost niciodată tradusă în franceză şi nu a avut nici un impact asupra scenei intelectuale franceze. Acest fapt semnalează o discontinuitate în structuralismul secolului al XX-lea, fapt confirmat de majoritatea istoricilor şi criticilor din Vest.

De Şcola de la Praga se leagă în primul rând numele lui **Roman Jakobson** (1896-1982). Jakobson a fost unul dintre cei mai prolifici gânditori ai secolului al XX-lea, deşi recunoaşterea internațională a venit destul de târziu în lunga sa viață. Născut în Rusia, lingvistul a fost membru fondator al Cercului Lingvistic de la Moscova care a jucat un rol determinant în dezvoltarea formalismului rus. În acea vreme, Jakobson era un susținător entuziast al poeților futurişti ruşi şi nu-şi va pierde niciodată ataşamentul față de experimentele moderniste şi inovatoare. În 1920 (an de profunde prefaceri în Rusia), s-a stabilit în Cehoslovacia (pentru a-şi continua studiile doctorale), unde a pus bazele Cercului Lingvistic de la Praga, care a fost unul dintre polii de dezvoltare a structuralismului european. Invazia nazistă din Cehoslovacia (1939) îl determină pe Jakobson să emigreze în Statele Unite în 1941, unde va trăi până la sfârşitul vieții, ținând cursuri la Columbia University, Harvard şi Massachusetts Institute of Technology.

În perioada petrecută în Statele Unite, Jakobson va întâlni şi influența alți lingvişti şi antropologi americani sau stabiliți de asemenea în Statele Unite (perioada premergătoare celui de Al Doilea Război Mondial şi războiul în sine vor determina un adevărat val de intelectuali imigranți care ajung să formeze o largă comunitate). La Ecole Libre des Hautes Etudes, un fel de universitate francofonă în exil, îl va cunoaşte pe Claude Lévi-Strauss, un alt exponent important al structuralismului (în antropologie). Tot în exil, mai târziu, îl va întâlni pe Thomas Sebeok, figura cea mai importantă a semioticii americane contemporane.

Cea mai cunoscută scriere a sa, *Eseuri de lingvistică generală*, reuneşte în primul volum cele unsprezece conferințe ținute de-a lungul carierei sale. Împărțite în capitole tematice, aceste texte ating problemele

fundamentale ale lingvisticii structurale. În volumul al doilea, Jakobson problematizează locul limbii între celelalte sisteme semiotice şi încearcă să determine raporturile pe care lingvistica le are cu celelalte ştiinţe umaniste şi naturale. Ne vom opri în special asupra temelor care interesează semiotica şi teoria comunicării în general.

Una dintre problemele pe care şi le pune autorul în *Eseuri...* este „ce anume face ca un mesaj verbal să fie operă de artă?". El insistă asupra ideii că poetica este parte integrantă a lingvisticii, din moment ce se referă la aspecte de structură lingvistică. Numeroase procedee poetice ţin de ştiinţele limbajului şi în special de ansamblul teoriilor semnelor, adică de semiologie (sau semiotică) generală. „Limbajul, crede Jakobson, trebuie studiat în toată varietatea funcţiilor sale." (Jakobson , 1963, 213). El aminteşte în acest context factorii constitutivi ai oricărui proces de comunicare verbală: Expeditorul trimite un mesaj destinatarului. Pentru a fi funcţional, mesajul are nevoie în primul rând de un context la care să trimită (ceea ce mai numim, într-o terminologie un pic ambiguă, „referent"), context recognoscibil de către destinatar şi care este fie verbal, fie susceptibil de a fi verbalizat; în continuare mesajul are nevoie de un cod comun, în întregime sau măcar în parte, expeditorului şi destinatarului (...); în sfârşit, mesajul are nevoie de un contact, un canal fizic şi o conexiune psihologică între expeditor şi destinatar, contact care să le permită să stabilească şi să menţină comunicarea. (*ibidem*, 213-214)

Reprezentarea modelului jakobsonian, devenită deja celebră, este redată mai jos în schema următoare:

Context
Expeditor ---------- Mesaj ---------- Destinatar
Contact
Cod

Fiecare element al procesului de comunicare dă naştere unei funcţii diferite. Însă este aproape imposibil să găsim mesaje care să îndeplinească numai una dintre cele şase funcţii stabilite de Jakobson şi redate în schema următoare:

Referenţială
Emoţională ---------- Poetică ---------- Persuasivă
(sau Expresivă) Empatică (sau Fatică) (sau Conativă)
Metalingvistică

Jakobson detaliază cele şase funcţii ale comunicării, începând cu funcţia emoţională, centrată pe expeditor (asimilat emiţătorului). Aceasta vizează atitudinea directă a subiectului în legătură cu ceea ce vorbeşte. Ea tinde să dea impresia unei anume emoţii, reală sau mimată. Funcţia emoţională, manifestă în interjecţii, poate de asemenea să pună în evidenţă anumite stări ale subiectului. De exemplu, o persoană care foloseşte elemente expresive pentru a indica ironia sau furia transmite în

mod vizibil o informație în acest mod. Aşadar, noțiunea de informație nu se poate limita la aspectul cognitiv al limbajului.

Funcția persuasivă este orientată către destinatar (sau receptor). De cele mai multe ori este realizată cu ajutorul vocativului sau al imperativului. Ea descrie efectul mesajului asupra destinatarului.

Funcția referențială priveşte mesajul, acuratețea acestuia, orientarea lui reală, ceea ce este primordial într-o comunicare de tip obiectiv.

Funcția empatică (sau fatică) intervine „în mesajele care servesc în mod esențial la a stabili, prelungi sau întrerupe comunicarea, la a verifica dacă circuitul funcționează (...), la a atrage atenția interlocutorului sau la a se asigura că acesta rămâne în continuare concentrat" (un exemplu tipic ar fi formulele ritualizate, de tip „alo", „ei bine", „nu-i aşa" etc.).

Funcția metalingvistică este prezentă în mesajele care vorbesc despre limbajul însuşi. Contrar a ceea ce s-ar putea imagina, metalimbajul nu este rezervat în exclusivitate lingviştilor sau logicienilor, el joacă un rol foarte important în viața de zi cu zi: astfel, de fiecare dată că expeditorul şi destinatarul (emițătorul şi receptorul) vor să verifice că se înțeleg în legătură cu codul pe care îl utilizează, discursul lor, centrat pe cod, împlineşte o funcție metalingvistică.

Ultimul factor implicat în comunicarea lingvistică este mesajul însuşi. Funcția poetică este cel mai bine pusă în evidență în comunicarea artistică. Însă domeniul artistic nu este câmpul de manifestare exclusivă a acesteia. Printr-o serie de exemple, Jakobson arată faptul că utilizăm în mod frecvent această funcție într-un mod cvasi-intuitiv, de cele mai multe ori folosind adjective calificative: „teribil", „detestabil", „nenorocit", „insuportabil", „dezgustător" etc. De asemenea, sloganurile publicitare mizează de asemenea pe funcția poetică pentru a întări mesajul transmis şi a asigura eficiența efectului preconizat.

Această ultimă funcție l-a preocupat în mod special pe lingvistul rus care se va interoga în continuare cu privire la criteriile lingvistice care permit recunoaşterea acesteia. În acest context, Jakobson stabileşte că există două operații fundamentale pe care un locutor le îndeplineşte atunci când produce un enunț: selecția şi combinarea. Selecția, fondată pe echivalență, similaritate sau disimilaritate, sinonimie sau antonimie este operația prin care locutorul efectuează o alegere dintr-o serie de termeni pentru a numi tema (în sensul de subiect) enunțului său (ex: copil, puşti, copilandru etc.). Aceeaşi alegere va fi efectuată şi pentru verb (ex: doarme, dormitează, ațipeşte etc.). Cele două cuvinte alese se vor combina în continuare în lanțul vorbirii. Această combinație care este deci construcția secvenței se bazează pe continuitate. Astfel, explică Jakobson, „funcția poetică proiectează principiul de echivalență al axei selecției pe axa combinării" (*ibidem*, 220).

Jakobson refuză să asimileze limbajul cu un simplu mijloc de comunicare. Această poziție îl determină să se intereseze de problema sensului pentru care defineşte sistematic o abordare esențialmente lingvistică.

6. Şcoala semiotică franceză

Semiotica franceză s-a dezvoltat pe fundamentele formalismului rus şi a structuralismului Şcolii de la Praga, via New York, datorită influenței lui Roman Jakobson asupra lui Claude-Lévi Strauss în timpul celui de-al Doilea Război Mondial, şi a avut o contribuție crucială în studiul textelor literare la mijlocul anilor ’60. În Franța s-au detaşat două orientări semiotice importante, una cunoscută şi sub numele de Şcoala de la Paris (sau şcoala greimasiană) şi cealaltă, înclinată spre o gândire metaforizantă, filosofică şi estetică, nu la fel de formalizată ca şi prima, în cadrul căreia s-au impus nume ca Roland Barthes, Gérard Genet, Julia Kristeva, Michel Foucault.

Roland Barthes (1915-1980) este cunoscut în cultura franceză şi universală atât ca semiotician şi critic literar, cât şi ca scriitor (datorită volumelor de beletristică *Roland Barthes par Roland Barthes* şi *Fragments d'un discours amoureux*). Originar din Cherbourg, Barthes şi-a făcut studiile universitare la Universitatea din Paris. După o perioadă petrecută în Elveția, Barthes este numit bibliotecar la Institutul Francez din Bcucureşti. Între 1949 şi 1951, ocupă funcția de lector la Universitatea din Alexandria. Această scurtă perioadă petrecută în Egipt este foarte importantă în cariera scriitorului, întrucât aici îl întâlneşte pe Greimas şi devine interesat de lingvistică şi structuralism. După şapte ani (1952-1957) de muncă la Centrul National de Cercetare Ştiințifică, a fost angajat la Şcoala Practică de Înalte Studii (*Ecole Pratique des Hautes Etudes*). În 1976 devine prima persoană care ocupă o catedră de semiologie literară la College de France. Barthes era dornic să promoveze direcția structuralistă în analiza textelor literare, cu numai câțiva ani înainte de a respinge majoritatea asumpțiilor metodologice ale acestuia. Distanțarea de structuralism se evidențiază mai ales în refuzul perseverent al diacroniei. Prima metodă de abordare a logicii textului în scrierile lui Barthes este aceea de a decela diferitele orientări în care autorul s-a angajat şi de a distinge perioadele care le corespund. Numeroasele sale eseuri şi cărți, scrise în peste 25 de ani, din anii ’50 până în anii ’70 (unele publicate postum) au învățat o întreagă generație „cum să citească” şi au ghidat această generație prin schimbările rapide şi constante ale orientărilor teoretice. Chiar diferitele concepte propuse de Barthes şi-au

schimbat definiția de-a lungul a peste două decenii. Conceptul central al operei sale, acela de „scriitură", cunoaşte diferite accepțiuni, de la *Gradul zero al scriiturii (Le degré zero de l'écriture)* (1953) până la ultimele eseuri. (Rabaté, http://www.press.jhu.edu/books/hopkins_guide_to_literary_theory/roland_barthes.html accesat 10.10.2005)

După debutul cu seria de eseuri renumite sub titlul *Gradul zero al scriiturii*, *Mythologies* (1957) este opera care îl consacră pe Roland Barthes ca figură proeminentă a culturii franceze, şi în special a semioticii franceze. Filiația semiotică a lui Barthes este fără îndoială de sorginte saussuriană. Principala modificare pe care autorul francez o face teoriei lui Saussure în „Le Mythe aujourd'hui" constă în articularea ideii de semnificație de ordin prim *vs* semnificație de ordin secund. Aceasta este preocuparea intelectuală majoră în *Mythologies*, întrucât semnificația mitului este tocmai una de grad secund, este una conotativă. Barthes propune distincția între denotație şi conotație în virtutea gradului de semnificație de care vorbeam. Denotația poate fi descrisă, de dragul convenienței, drept sensul literal. Conotația, pe de altă parte, este semnificație de ordin secund, şi în această categorie se încadrează aşadar şi mitul.

În acest context, miturile publicitare sunt poate cel mai necruțător criticate, cu un umor uneori coroziv. Sociologii americani au văzut în cultura de masă două niveluri: acela propriu-zis de masă şi cel al „culturii medii" (*mid culture*). Îi datorăm autorului *Mitologiilor* prima şi cea mai consistentă analiză a conținuturilor acestei culturi medii. (Fages, 1979, 57)

Este important să amintim aici Postfața *Mitologiilor*, a cărei importanță culturală este de necontestat. Este prima schițare a autorului a semiologiei (sau ştiința semnelor) care va deveni mai târziu instrument de analiză. În Postfață Barthes explică mitul ca *furt* al limbajului: mitul pare a se sprijini pe limbajul curent astfel încât lasă să treacă drept naturale valori secundare, parazitare. „Prin ce se caracterizează mitul? Prin proprietatea de a transforma un sens în formă. Cu alte cuvinte, mitul este întotdeauna un furt de limbaj. (...) Orice limbaj prim este, în mod fatal pradă mitului? Nu există nici un sens care să poată rezista în fața acestei capturi care-l amenință cu forma ei? De fapt, nimeni nu poate scăpa de mit, mitul îşi poate dezvolta structura lui secundă pornind de la orice sens şi, aşa cum am văzut, pornind de la însăşi privarea de sens." (Barthes, 1997 [1957], 261). Mitul este, aşadar, un semn global. Substanța acestui semn (fie el lignvistic, fotografic, pictural, ritual etc.) este redusă la o funcție semnificantă, la statutul de limbaj. Mitologia este prin urmare un fragment din „ştiința semnelor" de care vorbea Saussure sub numele de semiologie.

Pornind de la proiectul mitologic inițial, Barthes încearcă, la începutul anilor ’60 să stabilească „o ştiință a semnelor” şi să adopte în acest scop metodele de analiză structuraliste. Pentru o bună perioadă de timp, el concepe semiologia ca un dispozitiv analitic capabil să obiectiveze şi să demistifice în mod ştiințific diferitele discursuri ideologice difuzate de media moderne. Totuşi, către sfârşitul anilor ’60, se îndepărtează treptat de pretinsa „ştiință a semnelor”, începând cu *S/Z* care deschide noi direcții de cercetare (poate cea mai importantă fiind naratologia).

Aventura semiotica barthesiană începe propriu-zis cu *Elemente de semiologie* (*Eléments de sémiologie*) (1960). Am menționat deja că în 1950, Barthes îl cunoaşte pe Greimas şi are primele contacte cu semiotica, în special cu Şcoala de la Paris. Primele scrieri semiotice rămân tributare saussurianismului, fără îndoială, deşi există unele delimitări de substanță. De la danezul Hjelmslev împrumută conceptele de „formă” şi „substanță” şi pe acela de „conotație”. Literaritatea este definită având ca punct de reper semiotica jakobsoniană. Alte influențe vor fi Julia Kristeva, Claude Lévi Strauss sau Derrida, după cum însuşi autorul o mărturiseşte: „Aş vrea să subliniez că acest itinerar semiotic a fost foarte rapid, jalonat de modificări pasionante care au intervenit într-un ritm accelerat. A existat, cel puțin pentru mine, o primă fază, tipic saussuriană, cu naivitatea şi simplitatea proprii oricărei descoperiri. E existat apoi o fază care implica un fel de tentație a universalității, antropologică şi aici, fără îndoială, opera lui Lévi Strauss a avut un rol important. (...) Apoi lucrurile s-au schimbat încă o dată grație lucrărilor Juliei Kristeva, în unele privințe ale lui Mihail Bahtin pe care ni l-a făcut cunoscut, grație, de asemenea, unor formulări ale lui Derrida, Sollers care m-au ajutat să nuanțez unele noțiuni: am repus în discuție, mai clar ca până atunci, aspectul ştiințific al cercetării semiotice.” (Barthes, (1968) 1994, 523-524)

În *Elemente de semiologie*, distanțarea de Ferdinand de Saussure se face la nivelul problemei controversate a statutului semiologiei ca disciplină. Saussure definise semiologia drept „ştiința care studiază viața semnelor în viața socială”, ştiință care „ar forma o parte a psihologiei sociale”. Barthes refuză această clasificare ce ar face din lingvistică un capitol al psihologiei generale. El propune mai degrabă o viziune care ar integra semiotica în domeniul mai larg al lingvisticii.

Contribuția majoră a lui Barthes în domeniul semioticii nu este una de repoziționare teoretică, ci mai degrabă una de viziune integratoare a semnului. Nu putem să nu remarcăm faptul că întreaga semiotică europeană a văzut în semn înainte de orice semnul lingvistic sau iconic (în sensul de imagine), cu aplicabilitate în domeniile literaturii, cinematografiei, culturii, audio-vizualului cu precădere (fără a exclude

alte tipuri de semne, dar şi fără a le exploata în vreun fel). Barthes propune o viziune inedită din acest punct de vedere, arătând, de pildă, în ce măsură distincţia clasică *limbă*/*vorbire* se aplică sistemului alimentar (*Elemente de semiologie*) sau sistemului modei (*Sistemul modei*), pentru ca mai târziu să revină asupra textului literar, propunând o suită de coduri de interpretare: codul hermeneutic (distincţia între diferiţii termeni (formali) cu ajutorul cărora se centrează o enigmă, se formulează, se prelungeşte şi în sfârşit se dezvăluie), codul semantic (analiza elementelor de semnificaţie sau *seme*), codul simbolic (locul propriu al plurivalenţei şi al reversibilităţii), codul proairetic (sau al comportamentelor) şi codul cultural (citatele unei ştiinţe sau înţelepciuni) (Barthes, (1970) 1994, 567) şi nuanţând unul dintre conceptele centrale ale operei sale: conotaţia. La aceste coduri Barthes adaugă ulterior codul metalingvistic al comunicării (personajele nu sunt actori, ci agenţi ai transmiterii, agenţi ai comunicării şi ai difuzării).

Având ca punct de reper conceptul de conotaţie propus de Hjelmslev, Barthes se delimitează de autorul danez, conturând o „lectură" multinivel a conotaţiei, de la definiţii analitice, topologice, semiologice, la cele istorice, funcţionale sau ideologice. Într-o primă accepţiune, conotaţia este „o determinare, o relaţie, o anaforă, o trăsătură care are puterea de a se raporta la menţiuni anterioare, ulterioare sau exterioare, la alte locuri ale textului (sau la alte texte)." (*ibidem*, 560). Din punct de vedere semiotic, orice conotaţie este punctul de plecare al unui cod (care nu va fi niciodată reconstituit) articularea unei voci ascunse (întreţesute) în text. În ceea ce priveşte comunicarea, Barthes observă că, potrivit principiului sensului dublu, conotaţia alterează puritatea comunicării: este un „zgomot" voluntar, elaborat cu grijă, introdus în dialogul fictiv dintre autor şi cititor, pe scurt „o contra-comunicare". (*ibidem*, 561)

Influenţa lui Barthes poate fi găsită în mai toate domeniile cu care a venit în contact de-a lungul carierei sale (structuralism, semiotică, marxism, existenţialism etc.), toate fiind într-un fel sau altul marcate de contribuţiile şi critica autorului francez.

7. Şcoala de la Paris

În articolul său, *L'Ecole de Paris* (Coquet, 1982, 9), J.-C. Coquet consideră apariţia articolului lui Algirdas Julien Greimas, *L'actualité du saussurisme* (1956), drept momentul de întemeiere a semioticii ca disciplină, revendicând în acelaşi timp o filiaţie suassuriană-hjelsleviană a Şcolii de la Paris: „Dacă am insistat asupra rolului fundamental al lui Saussure, este pentru că acestuia îi revine meritul de a fi stabilit primele concepte operaţionale de care s-a folosit semiotica: *limbă/vorbire* şi

semnificant/semnificat. La care ar trebui adăugat cuplul *sistem/proces* prezentat de Hjelmslev în 1953 în traducerea în limba engleză a *Preliminariilor la o teorie a limbii*." (*ibidem*, 9)

Alte două date se dovedesc definitorii în evoluția Şcolii de la Paris: 1966 şi 1979. În 1966 vedea lumina tiparului *Semantica structurală* (*Sémantique structurale*) a lui Greimas, care, în ciuda titlului, este considerată drept primul tratat de semiotică lingvistică. Anul 1979 este marcat de apariția lucrării *Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, semnat Algirdas Julien Greimas şi Joseph Courté.

Algirdas Julien Greimas (1917-1992) este întemeietorul Şcolii de la Paris şi fără doar şi poate figura cea mai cunoscută a semioticii franceze a secolului al XX-lea.

Unul dintre conceptele cheie cu care operează semiotica este acela de „semnificație". De-a lungul evoluției sale ca lingvist şi mai apoi ca semiotician, Greimas acordă statutul privilegiat de disciplină căreia îi revine sarcina de a analiza riguros problema semnificației lexicologiei (1956), apoi semanticii (1966) şi în sfârşit semioticii (începând din 1970). Încă din 1966, în *Semantica structurală*, Greimas intuieşte cele două niveluri esențiale de manifestare a semnificației, semantica şi semiotica (numită acolo semiologie, în tradiția saussuriană): „am încercat să arătăm două niveluri autonome ale limbajului, nivelul semiologic şi nivelul semantic, două ansambluri arhitecturale ale conținutului, ale căror elemente, întâlnindu-se în discurs, constituie unități de manifestare de dimensiuni diferite şi stabilesc în acelaşi timp manifestarea semnificației înseşi." (Greimas, 1986, 55)

În 1979, o dată cu apariția *Dicționarului*, statutul semioticii ca disciplină şi proiect de cercetare devine mult mai clar. Nu este de mirare că autorii consacră articolului „Semiotică" din dicționar cel mai mare număr de pagini. Semiotica devine, astfel, în acelaşi timp proiect de cercetare şi obiect al acesteia: „Dacă (...) termenul de semiotică serveşte la a desemna un ansamblu de semnificații anterioare descrierii sale, într-o nouă accepțiune el este folosit pentru a denumi un obiect de cunoaştere pe cale de a se constitui sau deja constituit: astfel, va fi vorba de o semiotică-obiect considerată fie ca proiect de descriere, fie ca deja supusă analizei, fie, in sfârşit, ca obiect construit." (Greimas, Courtés, 1993, 341)

Aşadar, ca o definiție generală, Şoala de la Paris refuză definiția canonică propusă de Umberto Eco şi nu numai, care postula semiotica drept „teorie generală a semnelor" şi propune o alta: „Pentru Şcoala de la Paris, definiția este alta. Semiotica îşi propune ca proiect stabilirea unei teorii generale a sistemelor de semnificație." (Coquet, 1982, 5)

Conceptele fundamentale puse în discuție de Şcoala de la Paris sunt „sens", „semnificație", „comunicare", concepte care au dat naştere la două orientări în semiotica franceză a sfârşitului de secol al XX-lea:

semiotica culturii şi semiotica lingvistică şi textuală (care la rândul ei conturează două direcţii de dezvoltare ulterioare: naratologia şi pragmatica lingvistică). Ar fi poate reducţionist să ne oprim la aceste orientări largi, întrucât ramurile semioticii (în special în cadrul Şcolii de la Paris, dar nu numai) sunt mult mai variate, de la semiotica discursivă-antropologică (poveştile, miturile), semiotica transfrastică la psiho-socio-semiotică. Însă semiotica culturii şi semiotica lingvistică sunt fără îndoială domeniile de interes pentru studiul comunicării în general.

Proiectul propus de Greimas şi de colaboratorii săi este unul profund original, deşi se revendică fără îndoială de la Saussure şi Hjelmslev (în primul rând prin preluarea dihotomiilor fundamentale necesare în studiul limbii ca sistem de semnificaţii).

Ideea de comunicare din perspectivă semiotică se fundamentează în concepţia lui Greimas pe dihotomia saussuriană *limbă/vorbire*, pe care însă autorul francez o translatează la nivel social în dihotomia *societate/individ*: limba transcende individul, putând fi considerată un fapt social şi constituie una dintre formele de existenţă ale societăţii, în timp ce vorbirea este individuală din moment ce este asumată de subiectul vorbitor şi devine astfel locul de însuşire a sistemului lingvistic şi de programare a acestuia în discursuri comunicabile. (Greimas, 1976, 50)

Pentru reprezentanţii Şcolii de la Paris, problematica sensului nu poate fi pusă în discuţie decât făcându-se apel la metalimbaj (orice explicare a unui concept trebuie să se facă într-un limbaj despre limbaj, aşadar un metalimbaj). Ceea ce conduce la a afirma că, într-un univers „alb”, în care limbajul ar fi pură denotaţie a lucrurilor şi a gesturilor, interogaţia asupra sensului nu ar fi posibilă, pentru că orice asemenea interogaţie este metalingvistică. Cu alte cuvinte, la cele două capete ale canalului de comunicare apar metafore antropomorfe prin care oamenii încearcă în mod naiv să caute sensul, ca şi cum cuvintele ar vrea în mod real să spună ceva, ca şi cum sensul ar putea fi înţeles ciulind urechile. Răspunsurile oferite rămân totuşi echivoce: întotdeauna nu sunt altceva decât parafraze, traduceri mai mult sau mai puţin exacte ale cuvintelor şi enunţurilor în alte cuvinte şi enunţuri. (Greimas, 1970, 12) Aşadar, „semnificaţia nu este decât această transpunere dintr-un nivel de limbaj în altul, dintr-un limbaj într-un limbaj diferit, iar sensul nu este decât această posibilitate de transcodare.” (*idem*)

Distincţia între semnificaţie şi comunicare rezidă în primul rând în intenţionalitate. Comunicarea nu poate exista în absenţa unei intenţii a emiţătorului, pe când semnificaţia da. Un exemplu relevant în acest sens este oferit de Joseph Courté în cartea sa *La sémiotique du langage*: „Fie inscripţia „Farmacie”: este posibil de a vedea acolo un mesaj trimis de proprietar (emiţător: farmacist) în atenţia destinatarilor eventuali

(receptori = clienți). Dacă mă gândesc acum la starea căilor ferate italiene şi îmi dau seama că vagoanele cu destinația zonelor meridionale sunt mult mai des într-o stare deplorabilă decât cele care circulă în nordul țării, mai pot vorbi în acest caz de comunicare? Există, în acest ultim caz, un mesaj emis de societatea X, care ar vrea să transmită călătorilor: „În regiuni sărace, vagoane vechi, în regiunile bogate, vagoane în stare bună”?” (Courtés, 2003, 14)

Aşadar, problematica sensului, integrând problema comunicării (în special în legătură cu enunțarea care ține de pragmatică) este mult mai largă: este întreg domeniul numit semnificație. Drept urmare, în concepția lui François Rastier, alt reprezentant de marcă al Şcolii de la Paris, lingvistica este o subdisciplină a semioticii, sau o semiotică a limbilor. (Rastier, 1996, 8)

Direcția semiotică narativă, cu alte cuvinte semiotica textuală literară este mai puțin importantă pentru domeniul comunicării (şi al comunicării de masă în special); ne vom mulțumi numai cu a preciza că Școala de la Paris este tributară şi în acest domeniu filiației Saussure-Hjelmslev, altfel spus, întreaga teorie este dezvoltată pornind de la aceleaşi concepte de bază: *limbă/vorbire*, *semnificat/semnificant*, *expresie/conținut*.

De remarcat contribuția în domeniul semioticii culturii propusă de Rastier în *Semiotică şi ştiințele culturii* (*Sémiotiques et sciences de la culture*) (Rastier, 2001), care, pornind de la observația că din moment ce sensul textelor nu le este imanent, ajunge la concluzia că pentru a-l stabili trebuie să ținem cont de caracterul lor de formații culturale. Prin urmare sensul actual al unui text nu este decât una dintre actualizările lui posibile; sensul „complet” s-ar constitui din ansamblul de actualizări. Observația cea mai importantă rămâne, poate, aceea că formulările unui proiect de semiotică a culturii au rămas nesistematizate şi împrăştiate la diverşi autori, aşadar se impune un efort susținut pentru ca această direcție să capete statutul de disciplină.

8. Aventura semiotică americană. Semiotica lui Umberto Eco

La începutul capitolului precedent arătam principalele direcții de dezvoltare ale semioticii mondiale, de la instituirea ei ca disciplină autonomă şi până astăzi. În acest capitol vom prezenta, fără pretenția de exhaustivitate, poziția şcolii de semiotică americană şi direcția deschisă în Europa de Umberto Eco, pentru a întregi cadrul larg al locului pe care semiotica îl ocupă în contextul teoriilor comunicării. Se cuvine să

precizăm dintru început limitele abordării care, sperăm, vor fi depăşite într-o a doua ediție a acestui curs. Din motive de spațiu şi timp, am considerat suficientă pentru „aventura semiotică americană" prezentarea pozițiilor celor mai cunoscuți autori în domeniu, Charles Sanders Peirce şi Thomas Sebeok, care schițează atât punctul de pornire al dezvoltării domeniului în spațiul american, cât şi principalele direcții de dezvoltare în semiotica actuală. Este important de precizat că în Statele Unite nu putem vorbi de mai multe şcoli sau curente, ci de o viziune relativ unitară care se distinge radical de semiotica europeană în primul rând prin rădăcinile proprii. Aşadar, semiotica americană, de sorginte filozofică, va avea un cu totul alt traseu decât moştenirea structural lingvistică europeană care a influențat întreaga dezvoltare a domeniului pe bătrânul continent. Semnul nu mai este văzut în primul rând ca semn lingvistic, ci, într-o viziune mai largă, ca aparținând unui sistem de semnificații complex ce atinge o mulțime de domenii adiacente.

De asemenea, din motive metodologice, am considerat că teoria semiotică propusă de Umberto Eco, se apropie mai degrabă de concepția americană (prin conținut) decât de cea europeană (la care am fi fost îndreptățiți să o ataşam, dacă nu din alte considerente, măcar din cele de ordin geografic). Poziția distinctă ocupată de semioticianul italian este încă greu de catalogat sau de ataşat şi din punctul de vedere al articulării teoretice, fiind o sinteză originală a celor două direcții fundamentale de dezvoltare a acestui domeniu în cele două spații geografice de care am vorbit.

9. Întemeietorul semioticii americane: Charles Sanders Peirce

Charles S. Peirce (1839-1914) este considerat întemeietorul pragmatismului (alături de James şi Dewey) şi unul dintre pionierii teoriilor semiotice moderne. Poate cel mai complex gânditor american, Peirce a adus contribuții substanțiale în domenii extrem de variate, de la teoria probabilității, logică simbolică, filosofia ştiinței, matematică, semiotică până la astronomie, fizică, chimie, metodă ştiințifică. Opera sa de căpătâi, rămasă neterminată, urma să se intituleze *A System of Logic. Considered as Semiotic*.

Articolele publicate în timpul vieții, numeroase, includ în principal subiecte de filozofie (pragmatismul), logică şi metafizică. După moartea autorului, manuscrisele nepublicate, câteva sute, au rămas în grija Departamentului de Filozofie al Universității de la Harvard. Unele dintre ele sunt re-scrise şi de douăzeci de ori, arătând o adevărată muncă de

artizan şi un perfecţionism exacerbat. Editorii au reuşit să pună ordine în ceea ce părea a fi o adunătură de articole şi fragmente. Din fericire, fragmentele nedatate au o continuitate sistematică. Toate acestea s-au materializat în cele 8 volume ale operei pe care editorii au intitulat-o *Collected Papers* (1931-1958), operă care a scos la iveală adâncimea, varietatea şi forţa scrierilor lui Peirce.

Viziunea originală (în domeniul semioticii) a lui Peirce este strâns legată de metafizica sa. El face o clasificare a ideilor în trei clase, unul dintre principiile de bază ale gândirii sale fiind conceptul de trihotomie. Orice relaţie nu poate fi gândită şi înţeleasă în afara acestui număr: „Primul şi al doilea, agent şi pacient, da şi nu sunt categorii care ne permit să descriem fapte ale experienţei şi satisfac mintea pentru o lungă perioadă de timp. Dar în cel mai bun caz se vor dovedi inadecvate, iar al treilea este conceptul care lipseşte. Al treilea este puntea de legătură între primul absolut şi ultimul absolut şi le pune în relaţie" (Peirce, în Cobley, 1996, 50). Orice idei de nivel mai înalt (patru, cinci...) pot fi reduse la combinaţii între primele trei clase, care însă nu pot fi reduse la altceva. Exemplul clasic este acela al oferirii unui cadou C, de către A lui B, relaţie între trei termeni care nu se poate reduce la combinarea de relaţii binare.

Concepţia peirceană despre semn este, prin urmare, tot una triadică. Dacă pentru Saussure semnul era descris ca o relaţie diadică între un semn (semnificant) şi referentul său (semnificat), pentru filosoful american semnul are natură triadică, obiect-semn-interpretant, unde semnul (*reprezentamen*) stă *pentru un obiect* (*for an object*) şi *pentru un interpretant* (*to an interpreter*). Fiecare dintre aceşti termeni nu poate fi înţeles decât în relaţie cu ceilalţi doi. Un semn trimite la altceva, la un obiect, care este înţeles de altcineva, în mintea căruia se naşte un concept mental, pe care Peirce îl numeşte interpretant. Aşadar, interpretantul nu este receptorul semnului, ci conceptul mental produs deopotrivă de semn şi de experienţa utilizatorului în legătură cu obiectul (utilizatorul poate fi şi vorbitor, şi ascultător, şi cititor, şi scriitor, şi pictor, şi privitor etc.). Semioza este, deci, înţeleasă ca acţiune sau influenţă care implică cooperarea a trei subiecţi care sunt semnul, obiectul său şi interpretantul.

În concepţia lui Peirce, semiotica este ştiinţa care studiază procesele de semioză (de semnificare). De aceea Peirce a acordat semnelor o atenţie cu totul specială, propunând şi prima clasificare riguroasă a acestora. Primul text semiotic în care Peirce îşi conturează teoria se numeşte *On a New List of Categories* (1867). Aici găsim prima clasificare a semnelor în asemănări (numite mai târziu *icons*), indici şi simboluri. Următoarele trei articole publicate între 1868 şi 1869 (*Questions concerning Certains Faculties Claimed for Man*, *Some Consequences of Four Incapacities* şi *Grounds of Validity of the Laws of*

Logic: Further Consequences of Four Capacities) aduc în atenția cititorului ideea transformării semioticii în știință fundamentală, în știință a științelor. Cu teza de bază a acestor studii că toată gândirea se exprimă prin semne (*all though is in signs*) este formulată implicit exigența de universalitate a semioticii. Peirce încearcă să răspundă acestei exigențe prin dezvoltarea unei teorii semiotice a cunoaşterii, prima de altfel. (Oehler, în Marcus, 1985, 59)

Semnul peircean este o relație triadică dependentă de trei categorii: primitatea (*Firstness*), secunditatea (*Secondness*) şi terțitatea (*Thirdness*) sau categoriile calității posibile, a existenței reale *hic et nunc* şi a gândirii mediatoare. Pornind de la componentele semnului (reprezentamen, interpretant, obiect), Peirce a stabilit trei trihotomii ale semnului, bazate pe criteriile calității (caracterizarea semnului în sine), al reprezentării (raportul semn-obiect) şi al relației (raportul semn-interpretant).

Conform primului criteriu, semnele pot fi clasificate în *qualisemne* (sau semne prime), *sinsemne* (sau semne secunde) şi *legisemne* (sau semne terțe). Qualisemnele sunt semne care nu au nici o identitate, ci exprimă doar o calitate. Un qualisemn se referă de obicei la calitatea senzorială a unui semn (de exemplu culoarea roşie a unui buton). Sinsemnele (asimilate în semiotica de mai târziu *token*-ilor sau ocurențelor) sunt semne individuale (de exemplu un buton plasat într-o interfață de comandă a unui calculator). Un sinsemn poate avea mai multe qualisemne. Legisemnele exprimă un tip general de semne, un semn-lege, un *tip*, o clasă de ocurențe sau *token*-i (de exeplu un cuvânt, în general, cuvântul „buton" sau semnul grafic generic buton).

Dacă vom considera relația cu obiectul, semnele pot fi *iconice* (marcate de asemănarea cu obiectul: fotografii, scheme, diagrame), *indiciale* (într-o relație de contiguitate cu obiectul: girueta, barometrul, simptomele unei boli) sau *simbolice* (stabilite prin convenții de semnificație sau obicei).

În sfârşit, dacă avem în vedere cum este reprezentat semnul de către interpretantul său, tipurile de semne rezultate sunt *rema* (semnul posibilității calitative: nu se poate spune că este adevărat sau fals, ci doar că există), *dicent* (semnul existenței actuale: poate fi adevărat sau fals – numit şi dicisemn sau propoziție) şi *argument* (sau raționament – leagă mai multe propoziții pe baza valorii lor de adevăr).

În ultima clasificare (1906) Peirce ajunge la 66 de clase de semne, însă cea mai cunoscută rămâne cea din 1967, care cuprinde 10 tipuri. (Peirce, 1868, 287-288) Înainte, însă, de a prezenta această taxinomie, importantă în semiotică nu numai prin ea însăşi, ci şi prin clasificările ulterioare pe care le-a generat (la alți autori, în special la Eco), va trebui să ne oprim la modul în care categoriile primității, secundității şi terțității

se subordonează una alteia, pentru a înțelege tipurile de semne posibile în concepția peirceană.

Între cele trei categorii există o distincție care afectează primitatea mai mult decât secunditatea şi secunditatea mai mult decât terțitatea. Această distincție apare din faptul că în orice triplet există trei perechi (combinațiile posibile), în orice dublet există două unități. Astfel, secunditatea este o parte esențială a terțității, dar nu şi a primității, iar primitatea este un element important atât al secundității, cât şi al terțității. De aceea, există o primitate a secundității şi o primitate a terțității, precum şi o secunditate a terțității. Dar nu există secunditate a primității sau terțitate a primității sau a secundității. (Charles Sanders Peirce, 2005 [1931], 530)

Ținând cont de faptul că orice semn se defineşte prin tripla sa relație cu cele trei dimensiuni, numărul claselor posibile ar fi 27, însă principiul ierarhiilor categoriilor aplicate semnelor, va reduce numărul acestora la 10.

A-B-C	Numele semnului	Exemplu
1-1-1	Qualisemn iconic rematic	o senzație de roşu
2-1-1	Sinsemn iconic rematic	o diagramă
2-2-1	Sinsemn indicial rematic	un strigăt spontan
2-2-2	Sinsemn indicial dicent	girueta
3-1-1	Legisemn iconic rematic	o diagramă, dar nu ca individualitate factuală
3-2-1	Legisemn indicial rematic	pronumele demonstrativ
3-2-2	Legisemn indicial dicent	un strigăt pe stradă
3-3-1	Legisemn simbolic rematic	un substantiv comun
3-3-2	Legisemn simbolic dicent	propoziția
3-3-3	Legisemn simbolic argumental	silogismul

(prelucrare după Daniela Rovența-Frumuşani, *Introducere în semiotică*, Universitatea Bucureşti, Facultatea de Jurnalistică, Bucureşti, 1991, p. 43.)

O altă dimensiune importantă pe care o atinge filozofia lui Peirce este aceea a interpretării. Înțelegerea semnului ca relație triadică explică şi o altă condiție a existenței semnelor: coexistența cu alte semne, un semn nu poate exista fără legătură cu alte semne. Orice semn este prin definiție interpretabil. Iar această capacitate de interpretabilitate presupune existența încă unui semn. Acesta, la rândul său, este

interpretabil, deci presupune existența altui semn, şi aşa mai departe. Teoretic, deci, procesul interpretării este fără sfârşit. În practică, însă, acest aspect nu este problematic, pentru că în comunicarea obişnuită ne înțelegem cu ajutorul lămuririlor suplimentare, al gesturilor, al mimicii etc., întrerupând procesul interpretativ potențial nesfârşit din nevoia de acțiune.

Importanța fundamentală a lui Peirce în domeniul semioticii este punctul de plecare universal şi fundamental al teoriei sale: lumea se compune din obiecte cu semnificație, nu există obiecte lipsite de semnificație. La început, semiotica a fost pentru Peirce un capitol al logicii. Teoria sa semiotică se aplică la probleme ale teoriei tradiționale a cunoaşterii şi devine o teorie semiotică a cunoaşterii şi în acelaşi timp o teorie a realității.

Continuatorii direcției inaugurate de Peirce îşi vor construi teoriile pornind de la concepția triadică asupra semnului. Se cuvine să-i menționăm aici pe Charles W. Morris, Ivor A. Richards, Charles K. Ogden şi Thomas Sebeok.

10. Spre o nouă direcție în semiotica americană

Thomas Sebeok (1920-2001) este personalitatea care a dominat întreaga semiotică americană şi poate mondială a sfârşitului de secol al XX-lea. Născut în Ungaria, la Budapesta, Sebeok ajunge în Statele Unite puțin înaintea celui de Al Doilea Război Mondial. Astfel, în 1939, îl găsim înscris la Universitatea din Chicago, urmând studii în lingvistică. Principala influență de la Chicago a fost Charles Morris, acesta din urmă convingându-l pe Sebeok să-şi continue studiile în direcția antropologiei. Despre antropologie, Sebeok va spune mai târziu că este cea care l-a făcut să-şi dezvolte „un mod de gândire biologic". Cealaltă influență majoră în cariera sa a fost Roman Jakobson, cu care Sebeok face cunoştință după transferul de la Chicago la Princeton în 1942 şi apoi la New York, unde Jakobson preda, fiind în exil, la New School for Social Research şi unde Sebeok încheie un masterat în lingvistică antropologică.

Dacă ar fi să judecăm după *background*-ul lingvistic şi antropologic, am fi tentați să credem că perspectiva semiotică deschisă de autorul american va fi una de filiație saussuriană. Dar Sebeok nu a adoptat niciodată punctul de vedere conform căruia semiotica s-ar putea reduce sau ar putea fi asimilată unui model lingvistic de semnificație.

Preocupările ulterioare masteratului în lingvistică se vor îndrepta către domeniul biologiei, mai exact al comunicării animale, pentru care de altfel va şi propune şi impune ulterior termenul de zoosemiotică. Din această perspectiva, Sebeok va clarifica distincția între *limbaj*, care nu ar

avea în sine însuşi nimic de a face cu comunicarea, dar care va da naştere comunicării lingvistice, ca trăsătură distinctivă a speciei umane, şi *comunicare* ca fenomen universal în natură.

În *Semnele. O introducere în semiotică*, Thomas Sebeok porneşte de la a stabili punctul de plecare în dezvoltarea semioticii la medicii occidentali din Antichitate care au încercat să înțeleagă cum se produce interacțiunea dintre corp şi minte în cadrul unor domenii culturale specifice. Se pare că termenul de semiotică era utilizat pentru studierea configurației observabile a simptomelor patologice ale bolilor. Hipocrate şi, mai târziu, medicul Galen din Pergam s-au referit la diagnoză ca la un proces de semioză. Două secole după ce Hipocrate utilizase termenul de *semeiosis* pentru a trimite la reprezentarea culturală a unor semne simptomatice, el ajunge să însemne, în timpul lui Aristotel, sistemul de referință al unui semn propriu-zis. (Sebeok, 2002 [1994], 20)

Concepția lui Sebeok asupra semnului este tributară perspectivei peirceene, nuanțând însă noțiunea de interpretant propusă de Peirce şi judecată până atunci, pe nedrept în concepția sa, într-o manieră reducționistă sau eronată. Semnul se adresează cuiva, creând în mintea acestuia un semn echivalent. Interpretantul este aşadar un concept mental produs deopotrivă de către semn şi de experiența utilizatorului în legătură cu obiectul propriu-zis (din realitate) la care trimite semnul. Interpretantul este, aşadar, semnificația pe care o obținem dintr-un semn, ea având drept rezultat o formă de „negociere" prin care utilizatorul de semne evaluează sau reacționează la ceea ce înseamnă semnul din punct de vedere social, personal, contextual etc.

Nota de originalitate în întreaga semiotică a lui Sebeok este referirea constantă la sistemul semnelor în lumea animală. Preocuparea pentru zoosemiotică transpare în aproape toate cărțile, întrucât autorul consideră că semnele şi înțelegerea acestora nu sunt apanajul exclusiv al speciei umane, ba dimpotrivă. Şi animalele operează cu semne, mai mult decât atât, sunt aduse în discuție subdomenii ale biosemioticii care operează cu o comunicare nonverbală la nivel intracelular sau intercelular, protosemiotica, microsemiotica, citosemiotica etc.

Există în semiotica americană aproape o obsesie pentru taxinomiile semnelor, încă de la Peirce care pleacă de la o structurare ternară a semnelor pentru a ajunge la un sistem de şaizeci şi şase de semne fundamentale. Semiotica europeană (cu excepția lui Eco) nu e deloc preocupată de tipologia semnelor, nici măcar a semnelor lingvistice. Pe pământ american, însă, nici Sebeok nu face notă discordantă. Având ca punct de pornire distincțiile prime operate de Peirce, Sebeok consideră că fundamentale sunt şase tipuri de semne: simptomul, semnalul, iconul, indexul, simbolul şi numele. (*ibidem*, 25-29)

Simptomele sunt semne de avertizare produse de corpurile tuturor animalelor şi oamenilor, indicațiile oferite de ele depinzând de specie. Termenul de simptom este deseori extins metaforic pentru a trimite la fenomene intelectuale, emoționale sau sociale, prin analogie cu procesele fizice (ex: Comportarea lor e un *simptom* al vremurilor noastre.).

Semnalul este tipul de semn cel mai caracteristic speciei animale. Animalele sunt înzestrate cu capacitatea de a percepe şi de a reacționa la semnalele caracteristice speciei în scopul supraviețuirii. Semnalul este un semn care declanşează în mod mecanic (natural) sau convențional (artificial) o reacție din partea unui receptor. O parte considerabilă a comunicării corporale dintre oameni se dezvăluie sub forma unor semnale involuntare (de exemplu mărirea pupilelor ca semn de excitație sexuală – ca semnal natural – sau înclinarea capului în scopul de a aproba ceva – ca semnal artificial).

Următoarele trei tipuri de semne sunt preluate de la Peirce: iconi, indexuri şi simboluri. Iconul este un semn conceput să semene cu, să simuleze sau să-şi reproducă într-un fel sau altul referentul. Exemple de semne iconice sunt fotografiile, sunetele onomatopeice etc. (din nou Sebeok lărgeşte sfera analizei către speciile animale care reproduc în diverse scopuri aproape identic forme din natură – de exemplu, unele specii de orhidee).

Indexul este un semn care trimite la ceva sau la cineva în termenii existenței sau locației sale în timp sau spațiu sau în raport cu altceva sau altcineva. Fumul este index pentru foc. Un exemplu contradictoriu oferit pentru acest tip de semn este tusea ca index al unei răceli. Dacă tusea este index pentru răceală, dar este evident că tusea este şi simptom pentru răceală, care este totuşi diferența de natură între cele două tipuri de semne? Am fi înclinați să credem mai degrabă că exemplu nu este pertinent pentru semnele indexicale.

Cea mai tipică manifestare de indexicalitate, spune Sebeok, este indicarea cu degetul, ostensiunea. De aici şi ideea că există numeroase cuvinte care manifestă o formă implicită de indexicalitate (aici, acolo etc.). Fenomenul este, de altfel, discutat de multă vreme în filosofia limbajului, sub numele de deixis.

Simbolul este un semn care stă în locul referentului său în mod arbitrar, convențional. Semnul simbolic este cvasiunanim acceptat ca fiind apanajul exclusiv al speciei umane. Cuvintele în general sunt semne simbolice. Dar existe o multitudine de alte semne simbolice (de exemplu o cruce poate sta în locul conceptului de „creştinism", albul poate simboliza curățenie sau inocență etc.). Aceste semne sunt stabilite printr-o convenție socială, şi de aceea, am spune, sunt determinate cultural.

Ultimul tip de semn (din tipologia propusă în *Semnele: O introducere în semiotică*) este numele. Acesta este un semn identificator

atribuit membrului unei specii în diferite moduri, pe care apoi îl scoate în evidență față de alții sau îl distinge de ceilalți. Un exemplu la îndemână este numele uman care identifică persoana din punct de vedere social, etnic şi ca apartenență la sex. Poreclele sau supranumele fac si mai subtil „referentul identitar" al numelui.

O altă tipologie este propusă de Sebeok în *Jocul cu fantasme (The Play of Musement)*, în ceea ce priveşte semnele artistice, care sunt clasificate după criteriul tipului de artă pe care îl reprezintă: semnele chinetice, semnele muzicale, semnele picturale, semnele arhitecturale (regăsite, din nou, şi în modul în care animale îşi construiesc adăposturi sau comunică între ele). (Sebeok, 2002 [1981], 188)

Concepția lui Sebeok asupra semnului, deşi evident influențată de tradiția inițiată de Peirce, rămâne originală prin încercarea de a lărgi sfera semiotică în lumea animală, observațiile şi analizele sale din acest punct de vedere fiind pertinente şi percutante în acelaşi timp.

11. Umberto Eco sau sinteza semiotică european-americană

Umberto Eco (n. 1932) este, probabil, la ora actuală, semioticianul cel mai cunoscut în întreaga lume. De numele său se leagă o vastă activitate de cercetare, acoperind o largă varietate de domenii, de la estetică medievală, forme ale comunicării de masă, la semiotică şi teoria receptării, pentru a nu uita activitatea literară concretizată în mai multe opere de ficțiune (cele mai cunoscute fiind *Numele trandafirului*, *Pendulul lui Foucault*).

Umberto Eco s-a născut în Alessandria, un orăşel din regiunea Piedmont, într-o familie dominată de tatăl, contabil, care voia să-şi vadă fiul avocat. Dar, aşa cum se întâmplă nu de puține ori în viața celor care îşi descoperă adevărata vocație, Eco abandonează studiile de drept pe care le începuse la Universitatea din Turin şi obține în 1954 un doctorat în filosofie, cu o teză despre Toma d'Aquino. În perioada următoare (1956-1964) lucrează ca editor la radioteleviziunea italiană şi ține cursuri la Universitatea din Turin. Anii '70 sunt cei care îl consacră pentru prima dată ca semiotician. În lunga sa viață, Eco ține conferințe în peste 20 de țări, obține peste 30 de titluri onorifice de Honoris Causa, îşi vede cărțile traduse în zeci de limbi ale globului.

Teoria semiotică propusă de cercetătorul italian se articulează în câteva lucrări de referință: *Structura absentă*, *Semnul*, *Tratat de semiotică generală* etc. Acționând ca o punte între tradiții, Eco, în cartea sa *Tratat*

de semiotică generală[8], reuşeşte să combine perspectiva structuralistă a lui Hjelmslev (de sorginte saussuriană) cu semiotica cognitivă-interpretativă a lui Peirce (Chandler, 2002, 7). Umberto Eco este din acest punct de vedere o prezență singulară în câmpul mondial al semioticii caracterizat printr-o scindare teoretică majoră care s-a manifestat de altfel (probabil nu întâmplător) într-o delimitare geografică: semiotica europeană (dezvoltată pornind de la teoria saussuriană-hjelmsleviană) şi semiotica americană (având ca punct de plecare teoria lui Peirce). La fel de interesant de observat este şi faptul că Eco nu întemeiază o şcoală semiotică cu tradiție, deşi a îmbrățişat o carieră universitară începută încă din 1961 (Sigur, se poate vorbi de şcoala italiană, în sensul larg al preocupărilor legate de semiotică inițiate de Eco. Se poate vorbi de o şcoală italiană de semiotică, după cum se poate vorbi de o şcoală norvegiană de semiotică sau românească, fără teama de a cădea în ridicol. Ceea ce voiam să subliniem este faptul că în contextul şcolilor semiotice europene, care se definesc ca şcoli în primul rând prin reunirea unui număr semnificativ de cercetători recunoscuți în domeniu, şcoala italiană pare să rămână în umbra unui singur nume: Umberto Eco).

Tratatul de semiotică generală este în fapt o critică a teoriei conform căreia semnificația semnalelor şi a semnelor este determinată de obiectele (lucruri sau evenimente) la care se referă şi o respingere a ideii că semnele iconice se construiesc în mod necesar pe baza asemănării cu obiectele lor.

O teorie a semioticii generale ar trebui să includă două aspecte fundamentale: modurile în care codurile stabilesc reguli pentru sistemele de semnificație şi modul în care semnele pot fi produse şi interpretate. Teoria codurilor ar clarifica aspectele legate de *semnificație*, iar teoria producerii semnelor pe cele legate de *comunicare*.

Apreciat de traducătorul în limba română drept „cea mai radicală şi mai fermă tentativă de emancipare a semioticii de sub tutela lingvisticii" (Cezar Radu, *Postfață* la Eco, 1982 [1976], 442) *Tratatul...* reprezintă poate cea mai importantă contribuție a lui Umberto Eco la cristalizarea unui nou mod de a gândi şi înțelege statutul disciplinei numite semiotică. Temele principale urmărite (în *Tratat...*, dar şi în celelalte lucrări de semiotică ale lui Eco) se referă la statutul semioticii şi conexiunile ei cu alte discipline teoretice, esența semnului, tipologia universului de semne în care trăim, iconicitatea, referentul, geneza şi funcționarea codurilor, raportul semnificație-comunicare etc.

Eco defineşte semnul în sens larg, ca orice poate fi interpretat ca ținând locul altcuiva (sau stând pentru altceva). El acceptă poziția lui

[8] Ediția românească (*Tratat de semiotică generală*, trad. Anca Giurescu şi Cezar Radu, Editura ştiințifică şi enciclopedică, Bucureşti, 1982) este în fapt o traducere după cea în limba engleză, *A Theory of Semiotic*, completată şi adăugită față de ediția italiană de autorul însuşi.

Hjelmslev potrivit căreia semnul este o entitate formată dintr-un plan al expresiei şi un plan al conţinutului: „Un semn este constituit întotdeauna din unul (sau mai multe) elemente ale unui plan al expresiei corelate convenţional cu unul (sau mai multe) elemente ale unui plan al conţinutului. Ori de câte ori există o corelaţie de acest tip, recunoscută de o societate omenească, este vorba de un semn." (Eco, 1982 [1976], 65)

Semnalul este unitatea pertinentă a unui sistem care poate deveni un sistem de exprimare organizat pentru un conţinut, dar care ar putea şi să rămână un sistem de elemente fizice lipsite de funcţie semiotică (*idem*). Aşadar, un semnal poate fi un stimul pentru un răspuns anume, dar nu este intenţionat în mod necesar să semnifice ceva. Astfel, un semnal nu este în mod necesar un semn şi nu are în mod necesar o semnificaţie.

Atunci când vorbeşte despre teoria codurilor, Eco înţelege prin cod o regulă care corelează elemente ale planului expresiei cu elemente ale planului conţinutului. Codul este un instrument de conectare a expresiei semnelor la conţinutul lor şi un sistem de corelare care generează funcţii-semn. (Prin funcţie-semn Eco întelege (de fapt preia cu totul conceptul de la Hjelmslev) corelaţia dintre un conţinut şi o expresie, ambele elemente corelate devenind *functive* ale corelaţiei.)

Un concept căruia semioticianul italian îi acordă o atenţie cu totul specială este acela de referinţă. Din acest punct de vedere, Eco lărgeşte graniţele semioticii în domeniul pragmaticii sau al filosofiei limbajului, continuând o întreagă dispută teoretică asupra problemei referinţei (Russell, Strawson, Donnelan etc.). Problema referenţialităţii este pusă în mod relativ similar încă din *Structura absentă*, unde Eco se delimitează însă de direcţia logico-filosofică instituită de Russell: „Semiotica nu se interesează de semne decât considerate ca forţe sociale. Problema minciunii (sau a falsităţii), importantă pentru logicieni, este pre- sau post-semiotică." (Eco, 1972 [1968], 62)

În *Tratat...*, autorul argumentează că „eroarea referenţială" (*the referential fallacy/la fallacia referentiale*) în teoriile semiotice clasice este presupunerea falsă că semnificaţia unui semn este determinată de referentul său (de obiectul la care se referă). „Eroarea extensionalităţii" (*the extensional fallacy/la fallacia estensionale*) în teoriile semiotice clasice este asumpţia falsă că semnificaţia unui semn este determinată de extensiunea sa (de clasa de obiecte la care se referă). Potrivit lui Eco, atât „eroarea referenţială" cât şi „eroarea extensionalităţii" pot distorsiona o teorie a codurilor promovând presupunerea falsă că obiectul unui semn sau clasa de obiecte la care acesta se referă este în mod necesar o condiţie a semnificaţiei semnului.

Aşadar, semnificaţia nu este strict legată de obiect, ci este mai degrabă o unitate culturală. Pentru a înţelege conceptul de unitate culturală, Eco porneşte de la ideea termenilor sincategorematici în lingvistică (acei termeni care nu au un referent real, dar care semnifică ceva anume – de exemplu „de la", „pentru" etc.). Trebuie în primul rând, spune Eco, să eliberăm termenul de denotaţie de orice ipotecă referenţială (care se dovedeşte, iată, neproductivă, după cum dovedesc termenii sincategorematici). Să spunem, prin urmare, că semnificatul unui termen (şi deci obiectul pe care îl „denotează" termenul) este o unitate culturală. În orice cultură, o unitate culturală este pur şi simplu ceva definit de către acea cultură ca unitate distinctă şi diferită de celelalte, şi deci poate fi o persoană, o localitate geografică, un lucru, un sentiment, o speranţă, o idee, o halucinaţie (*ibidem*, 90). Exemplificările care susţin teoria propusă de Eco se referă la câmpuri semantice diferite pentru culturi diferite (de exemplu, cuvântul „zăpadă" pentru care în limba eschimoşilor există patru cuvinte diferite, în funcţie de starea fizică a acesteia).

În ceea ce priveşte tipologiile (sau taxinomiile) semnelor, Eco propune o viziune inedită, pornind de la o privire critică a teoriei lui Peirce, în mod particular construind o critică virulentă a ideii de iconicitate. Semnele, spune el, sunt de două tipuri: *tip* (*type*) şi *ocurenţă* (*token*). Tipurile pot fi replicate prin ocurenţe, iar ocurenţele pot fi motivate de tipuri. În concepţia lui Peirce tipul este o lege care este un semn (un legisemn), iar ocurenţa este un lucru sau un eveniment care există în mod real şi care este un semn. Tipul este o regulă generală care acţionează printr-o *replică* (un semn care este un exemplu individual al aplicării sale), iar o ocurenţă poate de asemenea să fie o replică. După Eco, un tip este un model abstract pentru o ocurenţă concretă, iar o ocurenţă este un semn folosit în comunicare.

Eco distinge trei tipuri de raporturi între ocurenţa concretă a unei expresii şi modelul său:

a) semne ale căror ocurenţe pot fi reproduse la infinit urmând modelul propriului tip;

b) semne ale căror ocurenţe, deşi produse după un tip, posedă anumite proprietăţi de „unicitate materială;

c) semne în cazul cărora tipul şi ocurenţa coincid (sau sunt absolut identice). (*ibidem*, 236-237)

Dubletele sunt definite ca replică integral similară, cu alte cuvinte o ocurenţă care posedă toate proprietăţile fizice ale unei alte ocurenţe (exemplu două maşini aceeaşi culoare, acelaşi model). Maltese sugerează că o replică absolută este o utopie, însă există un anumit prag creat de simţul comun şi de capacităţile de control ale omului. În cazul *replicilor*, tipul diferă de ocurenţă. Un exemplu nimerit este fonologia: un fonem tip

stabileşte proprietăţile fonetice pe care trebuie să le realizeze un fonem ocurenţă pentru a putea fi identificat cu fonemul în cauză.

Critica iconismului (sau negarea ideii de icon, în sensul propus de Peirce) se constituie pornind de la refutarea a şase noţiuni naive:

1. au aceleaşi proprietăţi cu obiectul;
2. sunt asemănătoare obiectului;
3. sunt analoage obiectului;
4. sunt motivate de obiect;
5. asa-zisele semne iconice sunt codificate arbitrar
6. aşa-numitele semne iconice – fie arbitrare, fie motivate – sunt analizabile descompunându-le în unităţi pertinente. (*ibidem*, 254)

Pornind de la aceste prime consideraţii, Eco respinge ceea ce numeşte „iconismul naiv" drept o teorie care asumă în mod fals că aşa-numitele semne iconice trebuie să fie similare sau analoage obiectelor lor, şi argumentează în schimb că iconicitatea oricărui mod particular de producţie a semnelor este o problemă de convenţie culturală. Totuşi, această convenţie culturală nu rezidă în arbitraritate. Dimpotrivă, gradul de iconicitate al oricărei expresii particulare poate fi determinat prin gradul în care expresia e corelată cu conţinutul ei, şi nu poate fi determinat de gradul în care expresia este similară sau analoagă cu obiectul la care se referă.

În ceea ce priveşte tipologia modurilor de producţie a semnelor, clasificarea acestora şi interpretarea semnelor ţine cont de patru parametri:

1. munca fizică necesară pentru producerea expresiei (care merge de la simpla recunoaştere a obiectelor sau faptelor preexistente până la inventarea de expresii inedite şi noncodificate);
2. raportul tip-ocurenţă (*ratio facilis* sau *difficilis*);
3. continuumul ce trebuie format, care poate fi omomaterial (când expresia este formată chiar din materia referentului posibil) sau heteromaterial (în toate celelalte cazuri);
4. modul şi complexitatea articulării care merg de la sisteme ce prescriu unităţi combinatorii precise (codificate şi hipercodificate) până la sisteme care prezintă texte neanalizate. (*ibidem*, 283-284)

În acest context, Eco insistă asupra faptului că cele patru criterii tind să dea seama nu de tipurile de semne, ci de modurile producţiei de semne, cu alte cuvinte de „tipurile de activităţi productive".

Lector in fabula (1979) şi *Limitele interpretării* (1991) nu ating decât în mod tangenţial probleme de semiotică, ambele dezvoltând ideea unei teorii a receptării textului. Prima dintre ele porneşte de la ideea că textul, pentru că nu spune tot, are nevoie de cooperarea cititorului. De aceea, semioticianul elaborează noţiunea de „cititor model", cititor ideal care răspunde normelor prevăzute de autor şi care nu numai că prezintă

competențele necesare pentru a surprinde intențiile autorului, dar ştie şi să interpreteze ceea ce textul nu spune. Cel de-al doilea text reia ideea relației între autor şi cititor, pornind de la premisa că un text poate spune totul sau orice şi de aceea este nevoie de interpretarea lui. Pentru ca aceasta să fie posibilă, este nevoie să i se stabilească limitele. În fine, *În căutarea limbii perfecte* (1993) studiază proiectele fondatorilor care au animat căutarea unei limbi ideale. Autorul argumentează că limba universală nu este o limbă anume, limbă originală şi utopică sau limbă artificială, ci o limbă constituită în mod ideal din toate limbile.

Contribuțiile lui Umberto Eco la dezvoltarea şi consolidarea semioticii ca ştiință sunt imense. Poate şi pentru că (sau în primul rând pentru că) este unul dintre autorii care revin constant asupra propriilor reflecții, regândind conceptele şi tezele anterior statornicite, reexminând constant propriile poziționări teoretice. Această preocupare constant critică asupra propriei opere înscrie ştiința semnelor într-o tradiție care o apropie de filosofie. Din acest punct de vedere putem considera opera lui Eco drept „conştiința de sine critică" a semioticii actuale.

12. Concluzii

După cum am arătat, în semiotică se conturează trei mari direcții sau orientări distincte: semiotica europeană care se revendică de la lingvistul elvețian Ferdinand de Saussure (şi care va păstra această dominantă lingvistică de-a lungul timpului), semiotica americană construită pe concepția filosofică a lui Charles Sanders Peirce (care propune o viziune mai largă, depăşind ideea semnului lingvistic ca semn tipic) şi semiotica propusă de Umberto Eco, într-o oarecare măsură o sinteză a primelor două orientări. Poziția semioticianului italian în câmpul semioticii mondiale este una cu totul specială. Eco crede că direcțiile deschise de Saussure, respectiv Peirce nu sunt deloc ireconciliabile: semnul este baza semiozei sau practicii semnificante, aşa cum semioza este spațiul formării/transformării semnelor; accentul saussurian este paradigmatic, cel peircean este sintagmatic, ceea ce nu exclude însă categoria polară: contextualizarea prin conceptul saussurian de vorbire, sistematica repertoriului de semne în numeroasele clasificări peirceene. (Daniela Rovența-Frumuşani, 1991, p.40)

Credem că semiotica ocupă un loc distinct în studiul comunicării, oferind câteva direcții de cercetare importante în ceea ce priveşte mesajul în primul rând, problematica semnului şi a sensului în special. Dezvoltarea cercetării semiotice a dus la o diversificare constantă a preocupărilor în domeniu, impunând atenției lucrări, autori şi grupuri de cercetare care au aduc importante contribuții nu numai ştiinței semnelor în sens larg, ci şi studiului comunicării deopotrivă.

Bibliografie

1. Aucouturier, Michel, *Le formalisme russe*, Presses Universitaires de France, Paris, 1994.
2. Bahtin, Mihail (V.N. Volochinov), *Le marxisme et la philosophie du langage*, Minuit, Paris, 1977.
3. Barthes, Roland, „Structuralisme et sémiologie" (1968) în *Oeuvres complètes* vol. 2 (1966-1973), Ed. du Seuil, Paris, 1994.
4. Barthes, Roland, *Mitologii* (*Mythologies*), trad. de Maria Carpov, Institutul European, Iaşi, 1997 [1957].
5. Barthes, Roland, *S/Z* (1970) în *Oeuvres complètes* vol. 2 (1966-1973), Ed. du Seuil, Paris, 1994.
6. Chandler, Daniel, *Semiotics. The Basics*, Routledge, 2002.
7. Cobley, Paul (edit.), *The Communication Theory Reader*, Routledge, London and New York, 1996.
8. Coquet, J.-C., „L'Ecole de Paris" în *Sémiotique. L'Ecole de Paris*, Classiques Hachette, Paris, 1982.
9. Courtés, Joseph, *La sémiotique du langage*, Nathan, Paris, 2003.
10. Eco, Umberto, *La structure absente* (*La struttura assente*), trad. de Uccio Esposito-Torrigiani, Mercure de France, 1972 [1968].
11. Eco, Umberto, *Tratat de semiotică generală* (*A Theory of Semiotics*), trad. Anca Giurescu şi Cezar Radu, Editura ştiinţifică şi enciclopedică, Bucureşti, 1982 [1976].
12. Fages, J.P., *Comprendre Roland Barthes*, Pensée Privat, Toulouse, 1979.
13. Greimas, Algirdas Julien, Courtés, Joseph, *Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Paris, 1993.
14. Greimas, Algirdas Julien, *Du sens. Essais sémiotiques*, Editions du Seuil, Paris, 1970.
15. Greimas, Algirdas Julien, *Sémantique structurale*, Presses Universitaire de France, PUF, Paris, 1986.
16. Greimas, Algirdas Julien, *Sémiotique et sciences sociales*, Ed. Seuil, Paris, 1976.
17. Hjelmslev, Louis, *Preliminarii la o teorie a limbii* (*Prolegomena to a Theory of Language*), trad. din limba engleză de D. Copceag, Centrul de cercetări fonetice şi dialectale, Bucureşti, 1967 [1953].
18. Hjelmslev, Louis, *Essais linguistiques*, Minuit, Paris, 1971 [1959].
19. Jakobson, Roman, *Essais de linguistique générale : les fondations du langage*, Tome 1, Paris, Editions de Minuit, 1963.
20. Kristeva, Julia, „On Yury Lotman" în *Publications of the Modern Language Association (PMLA)*, vol. 109, nr. 3, 1994.

21. Lindekens, René, *Hjelmslev. Prolégomènes à une théorie du langage*, Hatier, Paris, 1975
22. Lotman, Iuri, *Studii de tipologie a culturii* (*Статей по типологии культуры*), trad. Radu Nicolau, Editura Univers, Bucureşti, 1974 [1970].
23. Nemoianu, Virgil, *Structuralismul*, Editura pentru Literatură Universală, Bucureşti, f.a.
24. Oehler, Klaus, *Compendiu al semioticii lui Peirce*, în *Semnificaţie şi comunicare în lumea contemporană*, ediţie îngrijită de Solomon Marcus, Editura Politică, Bucureşti, 1985.
25. Peirce, Charles Sanders, *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, electronic edition, reproducing Vols. I-VI ed. Charles Hartshorne and Paul Weiss (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1931-1935), Vols. VII-VIII ed. Arthur W. Burks (same publisher, 1958), 2005.
26. Peirce, Charles Sanders, „A guess at the riddle" în *The Communication Theory Reader*, editat de Paul Cobley, Routledge, London and New York, 1996.
27. Peirce, Charles Sanders, *On a New List of categories*, în *Proceedings of the American Academy of Arts and Sciences 7*, 1868.
28. Rastier, François, „Problématique du signe et du texte" în *Intellectica*, nr. 23, vol. 2, 1996.
29. Rastier, François, „Sémiotiques et sciences de la culture" în *Linx*, nr. 44-45, 2001.
30. Rovenţa-Frumuşani, Daniela, *Introducere în semiotică*, Universitatea Bucureşti, Facultatea de Jurnalistică, Bucureşti, 1991.
31. Saussure, Ferdinand de, *Curs de lingvistică generală* (*Cours de linguistique générale*), publicat de Charles Bally, Albert Sechehaye, în colaborare cu Albert Riedlinger, Ediţie critică de Tullio De Mauro, trad. de Irina Izverna Tarabac, Polirom, Bucureşti, 1998 [1916].
32. Sebeok, Thomas A., „The Estonian connection" în *Sign Systems Studies* nr. 26, 1998.
33. Sebeok, Thomas A., *Semnele. O introducere în semiotică* (*Signs. An Introduction to Semiotics*), trad. Sorin Mărculescu, Editura Humanitas, 2002 [1994].
34. Sebeok, Thomas A., *Jocul cu fantasme* (*The Play of Musement*), trad. Mariana Neţ, Editura All, 2002 [1981].
35. Şklovski, Victor, „Art as Technique" în David Lodge, *Modern Criticism and Theory: A Reader* , London, Longmans, 1988.

36. Tchougounnikov, Sergueï, „Le formalisme russe entre pensée organique allemande et premier structuralisme” în *Protée*, vol. 31, nr.2.
37. Todorov, Tvetan. *Mikhaïl Bakhtine. Le principe dialogique*, Seuil, Paris, 1981.
38. Voloshinov, V.N., „Marxism and the Philosophy of Language” în *The Communication Theory Reader*, editat de Paul Cobley, Routledge, London and New York, 1996.
39. Yaguello, Marina, *Introduction*, în Mihail Bahtin (V.N. Voloshinov), *Le marxisme et la philosophie du langage*, Minuit, Paris, 1977.

Resurse on-line:

Uri Margolin, „Moscow-Tartu School”, în *The Johns Hopkins Guide to Literary Theory & Criticisme*, Edited by Michael Groden and Martin Kreiswirth (http://www.press.jhu.edu/books/hopkins_guide_to_literary_theory/moscow-tartu_school.html).

Jean-Michel Rabaté, „Barthes, Roland” în *The Johns Hopkins Guide to Literary Theory & Criticisme*, Edited by Michael Groden and Martin Kreiswirth (http://www.press.jhu.edu/books/hopkins_guide_to_literary_theory/roland_barthes.html).